



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة : علوم تجارية

تخصص : مالية وتجارة دولية

دور الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في

ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات

ALGEX

مقدم الأستاذ:

بن مير محمد الطيب

من إعداد الطلبة :

صهيب عبداوي

غمام عماره الازهر

بالضياف سفيان

بن عمر بوبكر الصديق

لجنة المناقشة

د/بنين بغداد أستاذ محاضر (أ) جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي رئيسا

أ/ بن مير محمد الطيب أستاذ مساعد (أ) جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي مشرفا ومقررا

أ/ تجاني محمد العيد أستاذ مساعد (أ) جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي مناقشا

السنة الجامعية: 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

خاتمة الشكر

يقول عز وجل " واشكروا لله إن كنتم إياه تعبدون:

فما لنا إلا أن نتوجه إلى ربنا الميسر كل عسر بالشكر الجزيل والحمد

الكثير أن وفقنا إلى هذا وما توفيقنا إلا به, ونتقدم بخالص الشكر والعرفان

لأستاذنا المشرف " بن مير محمد الطيب " على حسن توجيه ومساندته لنا،

والذي لم يبخل علينا بنصائحه وإرشاداته القيّمة، كما نشكره على سعة صبره معنا

طول فترة الانجاز , وإلى كل من قدم لنا المساعدة، معنوية كانت ام مادية سواء من

قريب أو من بعيد, كما نشكر كل الأساتذة الذين ساهموا في تدريّسنا،

وتعبوا معنا لنصل إلى ما نحن عليه.

ولا يفوتنا في الأخير أن نتقدم بالشكر إلى كافة زملائنا

وندعو الله أن يوفقنا جميعا

الملخص

لقد كان الهدف من هذه الدراسة هو التعرف على التصدير في الجزائر بالإضافة إلى آليات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، ومن هذا المنطلق أردنا الإجابة على إشكالية الموضوع المتمثلة في:

ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج قطاع

المحروقات؟

حيث تم التطرق إلى تحديد مفهوم التصدير ومشاكل التصدير في الجزائر، وكذا إجراءات ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية وانطلاقاً مما سبق قمنا بإسقاط الجانب النظري على الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX وهذا خلال الفترة (2006-2016) باعتبارها نموذج يعمل على تشجيع الصادرات خارج المحروقات .

الكلمات المفتاحية: التصدير خارج المحروقات، التجارة الخارجية، الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية، النمو الاقتصادي.

Résumé

Le but de cette étude est d'identifier l'exportation on Algérie et les stratégies pour la promotion des exportations hors hydrocarbures, de ce point nous voulons répondre à la question problématique suivant :

Avez- vous été vraiment la promotion des exportations hors hydrocarbures en Algérie ? Quel est le rôle de l'Agence nationale pour la promotion du commerce extérieur dans la promotion des exportations hors hydrocarbures ?

Ou ils ont été adressés à définir l'exportation et les problèmes d'exportation on Algérie, ainsi que les stratégies pour la promotion des exportations hors hydrocarbures dans les réformes économique et la base de ce qui précède, nous laissons tombe la théorie sur l'Agence nationale pour la promotion du commerce extérieur (ALGEX) durant la période (2006-2016) comme un modèle pour encouragés les exportations hors hydrocarbures.

Mots clés : commerce extérieur, l'exportation hors hydrocarbures, l'Agence nationale pour la promotion du commerce extérieur, croissance économique.

فهرس المحتويات

	الإهداء
	شكر و تقدير
	الملخص
I	فهرس المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الأشكال
أ	المقدمة العامة
الفصل الأول عموميات حول التصدير	
1	تمهيد
2	المبحث الأول: الإطار النظري للتصدير
2	المطلب الأول: ماهية التصدير
6	المطلب الثاني: مشاكل التصدير في الجزائر
11	المبحث الثاني: مكانة سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية وإجراءات ترقيتها في الجزائر.
11	المطلب الأول: مكانة سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية
13	المطلب الثاني: إجراءات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر
20	خلاصة الفصل
الفصل الثاني دراسة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX	
21	تمهيد
22	المبحث الأول : تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
22	المطلب الأول: نشأة الوكالة
22	المطلب الثاني: مهام و أهداف الوكالة
24	المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX
28	المبحث الثاني : دور الوكالة في ترقية الصادرات خارج المحروقات
28	المطلب الأول : تنظيم المعلومات داخل الوكالة.

30	المطلب الثاني : مشاريع الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
34	المطلب الثالث : إنجازات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية
37	المبحث الثالث : دراسة الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر.
37	المطلب الاول : وضعية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات
45	المطلب الثاني: التسويق الدولي للتمور في الجزائر.
48	المطلب الثالث: العراقيل التي تواجه عملية تسويق التمور في الجزائر و أهم الحلول الممكنة.
52	خلاصة الفصل
53	الخاتمة العامة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
37	تطور الصادرات الجزائرية للفترة (2016 - 2005)	1-1
39	الصادرات خارج قطاع المحروقات حسب النشاط (2016 - 2009).	2-1
41	تطور الصادرات الجزائرية حسب الكمية والقيمة من منتج التمور (2011 - 2000).	3-1
43	حصيلة صادرات التمور لولاية الوادي (2017 - 2013)	4-1
44	صادرات الجزائر من وجهة نظر صندوق النقد العربي.	5-1
45	اتجاهات النمو الاقتصادي	6-1
47	أهم الدول المستوردة لتمور الجزائرية لسنة (2015) .	7-1

قائمة الأشكال

الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
24	الهيكل التنظيمي لـ ALGEX (الملحق رقم 02)	1-2
38	رسم بياني يوضح تطور الصادرات الجزائرية للفترة (2016 - 2005)	2-2
39	دائرة نسبية توضح الصادرات خارج قطاع المحروقات حسب النشاط (2016 - 2009).	3-2
40	يمثل حجم صادرات الجزائر خارج مجال المحروقات للفترة (2016-2009)	4-2
41	يمثل تطور الصادرات الجزائرية حسب الكمية من منتج التمور (2011 - 2000)	5-2
42	يمثل تطور الصادرات الجزائرية حسب القيمة من منتج التمور (2011 - 2000)	6-2
44	صادرات الجزائر حسب احصاءات صندوق النقد العربي. (2013 - 2004)	7-2
45	منحنى بياني يوضح اتجاهات معدلات التضخم في الجزائر.	8-2
46	أنواع التمور المعدة للتصدير	9-2
48	مخطط بالأعمدة يوضح أهم الدول المستوردة لتمور الجزائرية لسنة (2015)	10-2

المقدمة العامة

تمهيد

في ظل السوق الدولية المتسمة بالافتح وقوة التنافس من خلال نشاط التبادل التجاري بينها، تجد كل دولة مهتمة بتطوير اقتصادها من خلال إدخال أكبر قدر ممكن من العملات الصعبة من خلال تطوير الصادرات بهذا المعنى اعتبرت الصادرات قاطرة للتنمية الشاملة وعامل من عوامل ازدهار البلدان . لذا عملت مختلف البلدان على تطوير نشاط الصادرات من خلال سلسلة من الإجراءات والتدابير لهدف تنشيط وتطوير اقتصادياتها.

تعد الجزائر من البلدان التي اهتمت بقطاع الصادرات وحيدة الجانب منذ الاستقلال المرتكزة بالأساس على المحروقات دون غيرها الأمر الذي أوقعها في أزمة اقتصادية خانقة في نهاية الثمانينات مع انخفاض أسعار النفط ، مما حتم عليها تغيير الاتجاه. نحو الاهتمام بتنويع الصادرات إلى خارج المحروقات بإصدار الأمر رقم 03-04 المكرس لحرية التصدير والاستيراد وإنشاءها لأجهزة تتكفل بتطويرها واتخاذ عدة تدابير وإجراءات لتحقيق هذا المسعى. لذا ففي إطار هذا الملتقى سيتم أثار تسليط الضوء على المكانة التي تحتلها الصادرات خارج المحروقات في الاقتصاد الجزائري ومدى فعالية وفعالية التدابير المتخذة من قبل الدولة الجزائرية لتطويرها.

إشكالية الموضوع: من خلال ما سبق يتم طرح الإشكالية التالية

ما مدى مساهمة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في ترقية الصادرات خارج المحروقات؟

بناء الإشكالية الرئيسية الوارد ذكرها يمكن طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية و تكمن أهمها فيما يلي:

- هل اتخذت الدولة إجراءات و تدابير في ترقية صادراتها خارج قطاع المحروقات ؟
- فيما تتمثل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية؟
- كيف تساهم الوكالة الوطنية في ترقية الصادرات ؟

الفرضيات:

و للإجابة على الإشكالية الرئيسية و الأسئلة الفرعية وضعنا الفرضيات التالية.

- الوكالة الوطنية لترقية الصادرات هدفها الرئيسي ترقية الصادرات خارج المحروقات.
- ساهمت الدولة في خلق هياكل و هيئات لترقية صادراتها خارج قطاع المحروقات .
- استطاعة الوكالة تحقيق العديد من الإنجازات.

مبررات اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب أدت بنا إلى اختيار هذا الموضوع بالذات أهمها

- الموضوع يدخل ضمن التخصص.
- موضوع متطلبات الوقت الراهن خاصة ما يعايشه الاقتصاد الوطني من تبعية للمحروقات وتذبذب أسعار النفط.
- الرغبة في طرح هذا الموضوع خاصة لما تشهده أسواق النفط العالمية من انخفاضات وهذا يدعو للبحث عن مصادر بديلة لقطاع المحروقات.

أهداف الدراسة وأهميتها:

ونهدف من خلال هذه الدراسة إلى إثراء البحث العلمي وتوضيح الدور الذي تقوم به الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وذلك لإبراز النتائج التي حققتها سواء كانت إيجابية او سلبية . وتتجلى أهمية هذه الدراسة الى كون التجارة الخارجية موضوع حساس مرتبط بالاقتصاد الوطني لجأنا الى الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية بغية التعرف على واقع الصادرات الجزائرية.

الدراسات السابقة:

- محمد الأمين شري، "أهمية ودور تمويل وتأمين قروض التصدير في ترقية الصادرات الغير نفطية"، دراسة خلال الفترة 1908-2009 مذكرة دكتوراه . جامعة بسكرة 2010-2011 وفي الدراسة التطبيقية قام بإجراء CAGEX ، Fspe حالة دراسة قياسية بين المؤشرين المستقلين تمويل التصدير والصادرات خارج المحروقات إضافة إلى إجراء دراسة وصفية للصادرات من 1980-2008.
- لبلقلة ابراهيم . قسم العلو الإقتصادية رسالة الماجستير بجامعة الجزائر , 2009 بعنوان "آليات تنويع وتنمية الصادرات خارج المحروقات وأثرها على النمو الاقتصادي"، والتي من خلالها حاول إبراز واقع الصادرات خارج المحروقات الجهود المبذولة من طرف الدولة لتنمية هذا القطاع مع استعراض لأهم التجارب المنتهجة من طرف بعض الدول لترقية هذا القطاع و إبراز اثر هذه الجهود على النمو الاقتصادي.

الإطار الزمني والمكاني:

- الدراسة الزمانية هي 2006 الى غاية 2016
- أما الدراسة المكانية فتمثل في الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية.
- المنهج والأدوات المستخدمة في البحث
- ومن أجل ذلك المنهج اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يهتم بجمع المعلومات وتحليلها لإيصال الفكرة وإبراز مختلف جوانب الدراسة.

صعوبات البحث:

أهم الصعوبات التي وجدها في أعداد هذه المذكرة تمثلت بشكل خاص في التضاربات قي الإحصائيات والمعطيات المتعلقة بالدراسة وعدم الإفصاح عن الإحصائيات الرسمية الدقيقة.

نقص الدراسات التي تناولت هذا الموضوع مع قلة المراجع في الاقتصاد الجزائري.

مرجعية الدراسة:

لقد اعتمدنا في دراستنا هذه على مختلف الكتب والمذكرات ومراجع ومقالات..... الخ التي لها علاقة بموضع محل البحث وهذا بالإضافة إلى التقارير الصادرة من الجهات الرسمية كالوكالة الوطنية لترقية الصادرات والمركز الوطني للإحصاء والتخطيط والغرفة التجارية والصناعية والجريدة الرسمية.

محتوى البحث:

للإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث واختبار صحة الفرضيات تم تقسيم البحث إلى فصلين تسبقها مقدمة عامة وتليهم خاتمة عامة تتضمن ملخص البحث ونتائج اختبار الفرضيات بالإضافة إلى أهم التوصيات والاقتراحات.

الفصل الأول بعنوان عموميات حول التصدير تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري للتصدير و مكانة سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية و إجراءات ترقيتها في الجزائر في مبحثين على الترتيب.

وفصل ثاني خصص لدراسة حالة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX وذلك من خلال تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في المبحث الأول وبيان دورها في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في المبحث الثاني، وكذا دراسة الصادرات خارج قطاع المحروقات في المبحث الثالث توضيح وضعية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات .

تمهيد:

اعتبر التصدير منذ زمن طويل قبل أكثر من أربعة قرون من القضايا الأساسية التي أولتها الدول أهمية كبيرة، وذلك بالنظر إلى الدور الذي كان يلعبه في جلب الثروة و إمكانية بذلك تلبية حاجياتها الضرورية من الدول الأخرى دون أن يكون هناك إفقار في الموارد الداخلية لهذه الدول.

ومنه برزت أولى الأفكار التي تدعوا إلى الاهتمام بهذا النشاط من طرف المركنتيون خاصة منهم الصناعيون، فاحتلت تنمية القدرات التصديرية مكانة كبيرة في حيز اهتماماتهم اعتبروه واجبا وطنيا يتطلب على الدولة تسخير كل الجهود المتاحة في سبيل الرفع من مستواه و إزالة كل العوائق التي تقف في طريق تطوره و تقدمه.

سنتناول في هذا الفصل الإطار النظري للتصدير في المبحث الأول من خلال التطرق إلى مفهوم التصدير أهميته أنواعه و مشاكل التصدير في الجزائر أما في المبحث الثاني سنتحدث عن مكانة سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية وإجراءات ترقيةها في الجزائر .

المبحث الأول: الإطار النظري للتصدير

لا يمكن ان يتصور دولة ما تعيش منعزلة عن العالم الخارجي، ومهما كانت إمكانياتها ومواردها فهي بحاجة الى تصريف جزء من منتجاتها نحو الدول الاخرى مقابل استيراد ما تحتاج إليه من سلع و خدمات، و يعد قطاع التصدير من القطاعات المهمة التي اصبحت تعتمد عليها الدولة قصد تحقيق ميزان تجاري رابح.

المطلب الأول: ماهية التصدير

فيما يلي سوف نتناول أهم الجوانب المتعلقة بموضوع عملية التصدير باعتبار أهميته في اقتصاد اي دولة تسعى الى النمو و التطور و تحقيق الرفاهية لمجتمعها.

الفرع الأول: مفهوم التصدير و أهميته

⦿ مفهوم التصدير:

تعددت التعاريف المرتبطة بالتصدير، و سنورد بعض هذه التعاريف فيما يلي:

التعريف الأول: هي تلك العمليات إلى تتعلق بالسلع والخدمات التي يؤديها بصفة نهائية المقيمون والغير المقيمين في البلد¹.

التعريف الثاني: التصدير هو عملية بيع و تسليم سلع وخدمات الى الخارج ونضيف ان عملية التصدير للسلع والخدمات غير الوطنية بأنها تسمى إعادة التصدير و يقول الى أن التصدير بالإضافة الى دوره الهام في توازن الميزان التجاري، يعتبر أحد العوامل الاساسية للتنمية.²

التعريف الثالث: هو بيع أقصى ما يمكن من الانتاج الوطني للخارج، للحصول على أكبر قدر ممكن من رؤوس الاموال الاجنبية.³

كما هناك عدة تعاريف للتصدير وهذا باختلاف وجهات النظر المستند إليها⁴:

¹ - KADA AKACEM, **comptabilites, nationale**, opu, ALGER, 1990, p138.

² بن يوسف حسينة، ترقية الصادرات الصناعية خارج المحروقات في الجزائر (2000-2010)، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، غير منشورة، جامعة الجزائر 3، سنة 2012/2011 ص 23.

³ محمود عبد الرزاق، الاقتصاد المعرفي والتصدير، الدار الجامعية للنشر، سنة 2011، ص 50.

⁴ زير ريان، أثر ترقية الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي (دراسة حالة الجزائر لفترة 2005-2014)، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2014/2015 ص 53.

- الرجل المناسب يعرف التصدير كما يلي: هو كل عملية تحويل سلعة أو خدمة من عون مقيم الى عون غير مقيم، بمعنى من مواطن حقيقي الى شخص أجنبي.
 - أما رجل الجمارك، فيعرف التصدير على أنه كل عملية عبور السلع و الخدمات من الحدود الوطنية الى الحدود الاجنبية.
 - اما على مستوى المؤسسة هو عملية تصريف الفائض الاقتصادي الذي حققته المؤسسة الى الاعوان الخارجية.
 - على المستوى الدولي: هو وسيلة من وسائل تحقيق الرفاه الاقتصادي لأي دولة من الدول، يستعمل لمواجهة المنافسة، و اقتحام الاسواق الخارجية لدولة ما.
- و انطلاقا من التعاريف السابقة الذكر يمكن اعطاء تعريف جامع للتصدير:
- "وهو أنه جلة من الوسائل و المهام التي تتخذها المؤسسة لإيصال منتوجاتها من السوق المحلي الى السوق الاجنبي، من قبل الاعوان المقيمين الى الاعوان غير المقيم و يعتبر عملية معقدة بحيث تستوجب تدخل الاختصاصات المختلفة كالتسويق، التامين، التمويل و النقل و التموين.... وهذا ما يستلزم تجنيد كل طاقات المؤسسة".

● أهمية التصدير:

- 1- يمثل نشاط التصدير أهمية كبيرة في اقتصاديات مختلف الدول وهو احد العوامل الأساسية للتنمية الاقتصادية، فلمدة طويلة من الزمن اعتبره أصحاب النظرية التجارية وسيلة فعالة لتحقيق معدلات النمو المرجوة ، كما اعتبر طريقة ناجعة لجمع اكبر قدر ممكن من العملة الصعبة فأهميته كذلك مرتبط بحجم الإنتاج الذي كلما زاد اضطرت مختلف المؤسسات والشركات إلى مضاعفة الإنتاج قصد تغطية هذه الزيادة في السوق،¹ والجدير بالذكر إن ارتفاع معدل النمو الاقتصادي الناتج عن زيادة الصادرات يصاحبه تغيرات في أنما الاستهلاك التكنولوجي وهذا ما بين العلاقة التبادلية والمتداخلة بين معدل نمو الصادرات ومعدل نمو الدخل ولهذا يجب إن تعتبر الصادرات وتنميتها في الدول النامية من بين الأهداف الأساسية لهاته الدول.

¹ - نعيم فوزي، التجارة الدولية، دروس في قانون الأعمال الدولي، ج1، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص67.

الفرع الثاني: أنواع التصدير ودوافعه

يمكن للمؤسسة أن تقوم بعملية التصدير بشكل مباشر أو غير مباشر أو مشترك

أ- أنواع التصدير

أ - التصدير المباشر:

هو دخول الشركة بصورة مباشرة في عمليات التصدير مع تحملها كلف الاستثمار والمخاطرة ومفترضة بأن العوائد المتحققة من وراء دخولها المباشر يغطي كلف الاستثمار فضلا عن رغبتها في عدم إعطاء حصة من عوائدها المتحققة إلى الوسطاء.¹

وتتم عملية التصدير المباشر من خلال ما يلي:²

- إنشاء إدارة متخصصة للتصدير ويكون مسؤول عنها مدير المبيعات الخارجية (مدير التصدير) ومجموعة من المساعدين له وهدفهم البحث عن أسواق خارجية من خلال تفاوتهم مع إدارة التسويق في المؤسسة.
- وجود فرع لإدارة المبيعات في الأسواق الخارجية وذلك حتى تتمكن المؤسسة من تحقيق وجود فعلي لها على أرض الأسواق الدولية وللتعرف عن كثر على طبيعة هذه الأسواق وحاجات ورغبات الزبائن فيها تعيين مديرين وممثلين في الأسواق الخارجية وتكون مهمتهم السفر للأسواق الدولية.
- وكيل أجنبي في السوق الدولية. حيث يقوم بالبيع لصالح المؤسسة نيابة عنها في سوقه الدولية

¹ ثامر البكري، التسويق (اسس ومفاهيم معاصرة)، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، الطبعة العربية، 2006، ص280.

² الجبارية كحيل، دور استراتيجية التصدير في تحسين الاداء المؤسسي (دراسة حالة مؤسسة حدود سليم _ طولقة بسكرة _)، مذكرة ماستر في علوم التسويق، جامعة محمد خيضر بسكرة، سنة 2014/2015 ص 12.

ب - التصدير غير المباشر:

يتم التصدير غير المباشر من خلال أن يقوم الوسطاء وكلاء البيع أو وكلاء التصدير (بشراء المنتج مباشرة من المصنع ومن ثم إعادة بيعها إلى دولة أجنبية وتحت اسم وكيل البائع أو وكيل التصدير، وعليه فإن المصدرين غير المباشرين ليس لديهم اتصال مباشر مع المستهلكين في الأسواق الأجنبية. والذي يمكن أن يأخذ الأشكال التالية:¹

- التصدير من خلال الاعتماد على وكلاء : حيث يقوم الوكيل بالبحث عن المشتري في الأسواق الخارجية مقابل حصوله على عمولة.
- المنظمات التعاونية : حيث تقوم هذه المنظمات بالتعاون مع الشركات المنتجة للبحث لها عن أسواق خارجية لمنتجاتها وتكون هذه المنظمات تحت سيطرة ورقابة الشركات المنتجة.

ج - التصدير المشترك أو المنظم:

هو عبارة عن تضامن عدة مصدرين ذوي اهتمام مشترك للتصدير معا، وهو يشكل أسلوبا فريدا في تنظيم النشاط التصديري، حيث تقوم الشركات بالاشتراك في تنظيم معين لتحسين أنشطتها التصديرية²

دوافع التصدير:

يمكن تلخيص دوافع التصدير فيما يلي³:

- عجز السوق المحلية عن تحقيق هدف النمو المتواصل أي أن إيجاد قطاع تصديري يمكن أن يشكل النواة الإستراتيجية لتنمية أشمل.
- يعتبر التصدير مخرج لما تعاني منه بعض المؤسسات من فائض طاقتها الانتاجية.
- نمو الطلب في السوق الاجنبي و كذا ضعف التنافسية فيه، وهو عامل مهم لاقتحام السوق التجارية.
- يمنح الدفاع عن وجود المؤسسة ومواجهة المنافسة الاجنبية حيث ان المؤسسات تخشى من فقدان الاسواق الخارجية التي تتعامل معها فهي تسعى دوما للاحتفاظ بهذه الاسواق عن طريق التصدير.

¹ نظام موسى سويدان، شفيق ابراهيم، التسويق المعاصر (مفاهيم جديدة طرأت بعد عامي 2004 و2007)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2010، ص363.

² الجبارة كحيلي، مرجع سابق، ص13.

³ زير ريان، مرجع سابق، ص57-58.

- عالمية الطلب على منتجات المؤسسة و بالتالي المؤسسة تقوم بتلبية هذا الطلبات في الوقت المناسب.

المطلب الثاني: مشاكل التصدير في الجزائر

سنتناول مشاكل التصدير في الجزائر انطلاقا من عدة زوايا¹:

الفرع الأول: المشاكل على المستوى الجزئي:

- غياب سياسة محددة الأهداف وواضحة ومعلنة ومعروفة من طرف كل الدوائر والمستويات والمصالح والأفراد؛
- تطبيق عشوائي وغير منتظم لإجراءات العمل المنصوص عليها في نظام الجودة، بالإضافة إلى غياب نظام قادر على القياس المبني على الأساليب الإحصائية لتحديد الاختلاف؛
- عدم الأخذ بأسلوب نظام الجودة في مجال تحديد وتصميم المنتجات؛
- عدم توافر نظام للمعلومات يتضمن كافة البيانات والإحصائيات التي تربط بالعملية الإنتاجية وموقع السلعة في السوق؛
- غياب التحفيز المادي والمعنوي داخل المؤسسة الذي قضى على كل فرص الإبداع والابتكار كأسلوب عملي يمكن المؤسسة الجزائرية من تحضير المنتج الذي يتلاءم ومتطلبات الوضع الحالي؛
- هياكل تنظيمية ميكانيكية لا تستجيب للتغيرات الحالية التي تحدث خارج حدود المؤسسة (البيئة الخارجية) منها تحرير المتبادلات التجارية، التطور التكنولوجي والإعلام والاتصال أدى إلى ضعف صناعة المؤسسات الجزائرية على مواجهة الهزات القوية التي تمارسها المؤسسات الاقتصادية العالمية بمباركة وبدعم من منظمات سلبية المنظمة العالمية للتجارة.
- كل هذه التراكمات السلبية مجتمعة أدت إلى تقليص القدرة التنافسية لدى بعض المؤسسات الجزائرية بشكل وثيق بتدني جودة منتجاتها، والشاهد على هذا تضاعف نسبة الواردات الأجنبية إلى الجزائر تدريجيا في مقابل نقص كمية الصادرات الجزائرية، بالإضافة إلى ما سبق، هناك مواطن

¹ يوسف بومدين، تأهيل المنتجات التصديرية في إطار تسيير الجودة الشاملة، دراسة حالة المعمل الجزائري الجديد NCA ، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2001، ص 127-128.

ضعف كثيرة أخرى تشرح اختلال المؤسسة الجزائرية (العمومية والخاصة) في مجال التصدير، وتتمثل في:

- انعدام الهياكل التي تتكفل بوظيفة التصدير داخل المؤسسة. يلاحظ غياب كلي في بعض المؤسسات هياكل تتكفل بوظيفة التصدير (التسويق الدولي، المصلحة القانونية المختصة) تمتد جذور ضعف هذه الوظيفة إلى ضعف مصالح البيع في السوق الوطنية، وهذا ما يفسر لنا ما كان عليه الوضع في السابق، حيث كان الطلب أكبر من العرض (اقتصاد الندرة) مما أدى إلى غياب ضرورة تطوير مصالح بيع فعالة أو بالأحرى اهتمام بوضع مصلحة التسويق تعمل على دراسة السوق وسلوك المستهلك وكذا وضع حيز التنفيذ سياسة لمنتج وسياسة للسعر وسياسة للتوزيع وكذا استعمال تقنيات الاتصال التجاري والتي أصبحت ضرورة في الوقت الحاضر.
- انعدام قنوات التوزيع ذات الطابع الخصوصي والخدمات ما بعد البيع حيث كان هناك غياب شبه كلي لقنوات التوزيع خاصة تركز على الجانب التصديري، كما تسجل انعدام خدمات ما بعد البيع. وعليه فالصادرات من منتجات الاستهلاك الجاري أو السلع الصناعية لا يمكن تحقيقها دون وضع حيز التنفيذ، مصلحة لخدمات ما بعد البيع تقدم من قبل المؤسسة المصدرة أو من خارج المؤسسة. إن الخدمة ما بعد البيع يمكن أن تكون منظمة بطريقة فعالة أو غير فعالة، وذلك يتوقف على درجة وجود أو عدم وجود ضعف وقوة المنافسة التي تسود السوق الوطنية.
- مما سبق يتبين لنا أن الجهاز الإنتاجي للاقتصاد الجزائري بمكوناته يفتقد للكفاءة التنافسية أو التنافسية الدولية التي تؤهله لأن يتنافس ويكتسب مكانة دائمة في الأسواق المحلية والأجنبية، هذا ما يفسر ضعف مساهمة القطاع الصناعي وحتى الزراعي في حصة الصادرات خارج المحروقات وبالمقابل، الارتفاع المستمر نسبيا حصة الواردات الجزائرية من المنتجات الصناعية والغذائية إلى الإنتاج الوطني.

الفرع الثاني: المشاكل المرتبطة بالمحيط الاقتصادي¹:

- غياب استراتيجية محددة المعالم للتصدير أو على الأقل تغطية الحاجيات المحلية والذي يفترض الجزء ضروري لتنمية وتوزيع الصادرات وتحقيق تنافسية، تعطي الاعتبار للجانب الاقتصادي والاجتماعي والتشابك والتداخل الحاصل بين الأسواق الوطنية والأجنبية.

¹ وصاف سعيدي، تنمية الصادرات والنمو الاقتصادي في الجزائر الواقع والتحديات، جامعة ورقلة، مجلة الباحث، عدد 01/2002، ص 13.

- غياب ثقافة التصدير لدى المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين، وميلهم لممارسة عملية الاستيراد بسبب ارتفاع نسبة الربح والتقليل من المخاطر الناجمة عن التصدير. انعدام الخبرة لدى المصدرين الجزائريين والتي تحول دون توقعهم في الأسواق الأجنبية لمدة أطول. هذه الوضعية تجلت من خلال الانعكاسات والتأثيرات السلبية من جراء تحرير التبادلات التجارية للنظام الإنتاجي الوطني.
- سوء استخدام التكنولوجيا حال دون تقديم منتجات مطابقة للمواصفات الدولية سواء من حيث التصميم، تغليف. بالإضافة إلى غياب الإبداع والابتكار التقني والتكنولوجي سبب ضعف ميزانية البحث والتطوير وأنماط الإدارة المتسلطة.
- عدم توافق المنتجات الوطنية الموجهة للتصدير مع المعايير الدولية من حيث الجودة والنظافة، ولم ترق لدرجة تصديرها لا من حيث الكمية ولا من حيث الجودة وارتفاع تكاليف الإنتاج بسبب تدهور قيمة العملة الوطنية والتضخم والتذبذبات النقدية العالمية من جهة، وعدم تحقيق فائض إنتاجي بشكل منتظم من جهة أخرى. والتقدير المعد من طرف وزارة التجارة سنة 1986 الخاص بجودة ونظافة المنتجات يثير الوضعية القلقة في هذا المجال والذي تطلب معالجة هذه الظاهرة بصورة مستعجلة حتى لا تنعكس سلباً على صحة المستهلك.

الفرع الثالث: المشاكل المرتبطة بالمحيط المؤسسي والتشريعي¹:

يتميز المحيط المؤسسي التشريعي للصادرات خارج المحروقات بالخصائص التالية:

- التشابك التداخل في المهام الموكلة لهيئات والهيكل المدعمة لترقية الصادرات خارج المحروقات بينت الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية (PROMEX) والغرفة الوطنية للتجارة والشركة الوطنية للمعارض والتصدير (SAFEX) مما أدى إلى غياب التنسيق والتضارب في الأرقام المقدمة مما أدى إلى صعوبة تقييم الوضعية وصعوبة تحقيق الأهداف المسطرة، خاصة من طرف الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية (PROMEX) باعتباره هيئة أصبحت توجه استراتيجيات مختلف الأعوان الاقتصاديين في مجال التصدير وهو الوسيط أين تتقاطع فيه إنشغالات أهم مراكز التأثير والقرارات في مجال التجارة الخارجية وفشله لحد الآن في إنشاء شبكة معلومات وطنية تمكن من توفير

¹ وصاف سعدي، مرجع سابق، ص 13-14.

المعلومات القانونية والتشريعية الدقيقة والموحدة عن الهيئات والمؤسسات الاقتصادية لتصبح إحدى

الأدوات الرئيسية في مجال اتخاذ قرارات تخص ترقية الصادرات خارج المحروقات.

- غياب أدنى تنظيم للتواجد التجاري في الأسواق الخارجية بما يخدم الصادرات خارج المحروقات.

فهذا النقص لا يسمح بتعزيز مجهودات المؤسسات المهتمة بالتصدير لاستغلال الفرص العديدة التي يمكن أن تتواجد على مستوى الأسواق الخارجية.

- وجود تنظيم وتنسيق غير كافيين بين المصدرين الجزائريين سواء على المستوى الوطني أو الخارجي.

- سوء استخدام وتوجيه الموارد المالية للصندوق الخاص لترقية الصادرات خارج المحروقات.

- ارتفاع تكاليف النقل الدولي وعجز خدمات دعم التصدير المخصصة لذلك، والتي تعتبر أداة

أساسية وضرورية لتطوير نشاطات التصدير لأن ارتفاع تكاليف النقل يترتب عيه ارتفاع التكاليف

التسويقية وبالتالي انخفاض هامش الربح الممكن تحقيقه من عملية التصدير (بسبب عدم انتظام

برامج توجيه الرحلات ونقص الخطوط الموجهة للتصدير وعدم تخصيص بعض أرصفة المواني

للعمليات التصديرية فقط).

- عدم الاهتمام بوظيفة التسويق الدولي وما يمكن أن تقدمه من معلومات للمؤسسات بحيث أصبح

الحصول على المعلومات عن الأسواق الخارجية من أهم المشكلات التي تواجه المصدر الجزائري نظرا

لنقص خبرته بالدراسات التسويقية.

- عدم قياس القدرة التصديرية للمؤسسة: فالمؤسسة التي تريد التصدير تعترضها عمليا إشكالية كبيرة

ذات طابع استراتيجي، قبل القيام بتحديد الوسائل ووضعها حيز التطبيق. يجب التأكد من موارد

المؤسسة المالية، معرفة الأسواق الخارجية، اختيار المنتجات، تحليل وتكييف القدرة الإنتاجية، تقييم

المعرفة الفنية وخبرتها التصديرية.

● فلنكي نتحكم المؤسسة في توسعها الدولي تلجأ إلى الاختيار والنقد الذاتي الشامل والمعمق، فنجاح

المؤسسة في الخارج يتوقف في كثير من الأحيان على نجاحها في الداخل ومنه فدفع المؤسسات إلى

التصدير وزيادة أدائها التصديري بالنسبة للمؤسسات التي دخلت ميدان التصدير، يعتبر عنصرا أساسيا

في سياسة التجارة لأي بلد، لهذا هناك محاولات لقياس القدرة التصديرية لمؤسسة من خلال التشخيص

التصديري، إلا أنه عند قياس الوضعية المالية لقوة أو ضعف مؤسسة، أي العوامل الداخلية، فلا يجب

إغفال عوامل المحيط والبيئة التي تعمل فيهما المؤسسة، إن خصائص المنتجات، القدرة التنافسية، جودة قوة البيع لا يمكن إدراكها إلا بعد مواجهة بيئة أو محيط تنافسي معين، فالتصدير يتطلب التنسيق بين ثلاثة مجموعات أساسية هي وسائل المؤسسة، خصائص السوق الخارجية وكذا أهداف سياسة التصدير.

المبحث الثاني: مكانة سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية وإجراءات ترقيتها في الجزائر .

حاولت العديد من الدول وخاصة منها الجزائر تطوير عملية التصدير بغية تنمية الاقتصاد الوطني وعملت بذلك على تدعيم نشاط المؤسسات المصدرة عن طريق اتخاذ إجراءات متعددة لبلوغ هذا الهدف .

المطلب الأول: مكانة سياسة ترقية الصادرات خارج المحروقات في الإصلاحات الاقتصادية¹

الفرع الأول: الإطار القانوني

تم سنة 1991 إنشاء إطار تشريعي يكرس تحرير التجارة الخارجية، ويحدد الاستثناءات الخاصة، مع إدماج الإنشغالات المتمثلة في حماية الإنتاج الوطني وترقية الصادرات بفضل إجراءات متوافقة مع التزامات الجزائر مع قواعد التجارة العالمية، فمع بروز فكرة تغيير نمط التوجه الإقتصادي مع نهاية الثمانينات من إقتصاد مخطط قائم على احتكار الدولة لوسائل الإنتاج إلى نمط إقتصاد السوق بات حتميا إنهاء احتكار عمليات الاستيراد والتصدير حسب المرسوم التنفيذي 37/91 المؤرخ في 13 فيفري 1991؛

الفرع الثاني: الإطار التأميني والتمويلي

تم إنشاء نظام جديد لضمان الصادرات مع بداية 1996 تديره الشركة الجزائرية لضمان الصادرات CAGEX تم إنشاء هذه الشركة بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 69-205 الصادر في 05 جوان 1996 والمتعلق بتأمين القرض على الصادرات والذي أسس في نص المادة الأولى منه نظام التأمين على مخاطر التصدير².

حيث يتم بموجب هذا النظام تأمين الشركات المصدرة من الأخطار التجارية وغير التجارية وأخطار الكوارث الطبيعية، إضافة للمشاركة في المعارض الدولية وإستكشاف أسواق جديدة، هذا ما يجعل المؤسسات المعنية بالتصدير تتشجع لاقترحام الأسواق الخارجية، وفي الجانب التمويلي بتقديم قروض للمؤسسات الراغبة في التصدير سواء لاستيراد المواد الأولية الداخلة في المنتجات المعدة للتصدير، أو أثناء العملية التصديرية، أو

¹ طارق قندوز، قاسمي السعيد، تحديات ورهانات استراتيجية ترقية الصادرات الجزائرية خارج المحروقات (مقاربة وصفية تحليلية)، جامعة مسيلة، الجزائر، ص6 من موقع www.kantakji.com

² [http : //www.elmouwatin.dz/spip.php?page=imprimer&id_article=5141&lang=fr](http://www.elmouwatin.dz/spip.php?page=imprimer&id_article=5141&lang=fr)

بإنشاء الشباك الوحيد على مستوى البنوك لتسهيل العمليات المالية للمصدرين، على غرار برامج التمويل الإقليمية (برامج تمويل التجارة العربية البينية؛ برامج تمويل الصادرات على مستوى الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي). كما تم تأسيس الصندوق الخاص لترقية الصادرات FSPE بموجب قانون المالية لسنة 1996، حيث تخصص موارده لتقديم الدعم المالي للمصدرين في نشاطات ترقية وتسويق منتوجاتهم في الأسواق الخارجية، كما تمنح إعانات الدولة عن طريق الصندوق الخاص لترقية الصادرات لفائدة أي شركة مقيمة تقوم بإنتاج ثروات أو تقدم خدمات ولكل تاجر مسجل بصفة منتظمة في السجل التجاري وينشط في مجال التصدير. وبلغت الأرقام، نستعرض قيمة الدعم الذي قدمته الدولة من خلال صندوق دعم وتنمية الصادرات، حيث إرتفع إلى حدود 641 مليون دينار لـ 160 مصدرا عام 2009، مقابل 419 مليون دينار لـ 116 مصدرا سنة 2008؛

الفرع الثالث: الإطار المؤسسي والتنظيمي¹

وتتمثل الإجراءات الحكومية في إنشاء الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة CACI، والشركة الجزائرية للأسواق والمعارض SAFEX، والمركز الوطني لمراقبة الجودة والرزم CACQE، والمركز الوطني للسجل التجاري CNRC، والجمعية الوطنية للمصدرين الجزائريين، وقامت وزارة التجارة بتأسيس لجنة دائمة متعددة القطاعات سنة 1997 تتمثل مهامها في إعداد برنامج سنوي رسمي لمشاركة الجزائر في التظاهرات الاقتصادية بالخارج والسهر على تطبيق هذا البرنامج. وفيما يتعلق بترقية الصادرات خارج المحروقات فقد جاء الأمر 04/03 المؤرخ في 2003/07/17 الذي تضمن وجهة نظر مؤسسية عبر إنشاء هيئة وطنية تتكفل بترقية التجارة الخارجية ALGEX والتي أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 174/04 المؤرخ في 12 جوان 2004² تطبيقا للمادتين 19 و 20 من المرسوم الرئاسي الأنفي الذكر .

حيث تتمتع بصلاحيات إنشاء مكاتب ربط وتمثيل وتوسع تجاري في الخارج بغرض مساندة دخول المؤسسات الوطنية في الأسواق الخارجية، كما تم إنشاء دار المصدر مؤخرا للتكفل بإنشغالات المصدرين وتمكينهم من تسهيلات.

¹ طارق قندوز، قاسمي السعيد، مرجع سابق، ص 7.

² مرسوم تنفيذي رقم 174-04 المؤرخ في 12 جوان 2004 ، المتضمن انشاء الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية وتنظيمها وسيرها، الجريدة الرسمية العدد 39 ، الصادرة في 16 جوان 2004.

وبلغة الأرقام، فقد بلغ عدد المتعاملين الإقتصاديين الذين قاموا بعمليات تصدير خلال سنة 2008 نحو 869 مصدرًا و 791 عام 2007.

المطلب الثاني: إجراءات ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر

الفرع الأول: الإجراءات الجبائية والتنظيمية¹

تماشيا مع متطلبات اقتصاد السوق وما ترطبه من بنية اقتصادية حديثة عرف النظام الجبائي تحولات كبيرة وإصلاحات عديدة منذ مطلع التسعينيات الذي يعتبر مصدرا هاما من مصادر الإيرادات العامة للدولة فعرف هذا النظام عدة تغيرات وتعديلات حسب قوانين المالية وقوانين المالية التكميلية الصادرة إلى يومنا هذا، والتي تهدف في مجملها إلى احترام التوازن الجبائي والحرص على تحقيق المساواة بين المتعاملين الاقتصاديين في فرض الجبائية، وتنظيم النشاط الاقتصادي من خلال منح التحفيزات الجبائية للنشاطات ذات الأولوية، مع استعمال الوسيلة الجبائية من أجل توجيه الاستثمارات نحو القطاعات المهمة والحساسة، الأمر الذي يسمح للمؤسسات الوطنية بأن تكون أكثر منافسة من حيث أسعار منتوجاتها في السوق الخارجية. ولا يمكن تحقيق كل هذا إلا من خلال:

- 1- الإعفاءات الضريبية :** تقوم الدولة ولأجل تحقيق بعض الأهداف الاقتصادية بالتخفيض من قيمة الضرائب وفي معظم الحالات في الإعفاء منه، كما هو الحال في ترقية التصدير خارج قطاع المحروقات، بهدف التشجيع على الإنتاج ومنافسة السلع الوطنية لنظيرتها الأجنبية في مختلف الأسواق العالمية.
- ولعل من أبرز هذه الإعفاءات تلك الوارد ذكرها في قانون الضرائب المباشرة والرسوم المماثلة والمتمثلة في:

¹ ليندة بلحارث ، الاجراءات المتبعة من طرف السلطات العمومية لأجل ترقية الصادرات خارج المحروقات، الملتقى الوطني حول " ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر"، يومي 11 و 12 مارس 2014 ، جامعة اكلي امحمد، البويرة، ص 2.

أ - الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات: ضريبة تستحق سنويا على أرباح النشاطات الصناعية والتجارية والحرفية، تدفع لصالح الميزانية العامة للدولة، وتمثل إيرادات عمومية تعتمد عليها لتمويل نشاطاتها العامة وذلك حسب أحكام نص المادتين 135 و136 من قانون الضرائب المباشرة.

إلا أنه وبالرجوع لأحكام نص المادة 138 من نفس القانون فإنه تستفيد من الإعفاء من الضريبة على أرباح الشركات جميع عمليات البيع والخدمات الموجهة للتصدير، باستثناء طبعاً تلك المتعلقة بالنقل البري والبحري والجوي وإعادة التأمين والبنوك وذلك لمدة 05 سنوات، شرط أن يقدم المصدر إلى المصالح الجبائية المختصة شهادة تثبت إيداع تلك العائدات بالعمللة الصعبة لدى بنك وسيط معتمد بالجزائر مكلف بعملية التوطين البنكي.

كما تم إلغاء شرط إعادة استثمار الأرباح والعائدات بالنسبة لعمليات البيع والخدمات الموجهة للتصدير وذلك بموجب أحكام نص المادة 06 من قانون المالية لسنة 2006 ، بعد أن كان مفروضاً بموجب المادة 12 من قانون المالية لسنة 1996 المعدلة لنص المادة 138 من قانون الضرائب.

ب - الإعفاء من الدفع الجزائي: يعرف الدفع الجزائي بأنه نوع من الضرائب المباشرة التي تفرض على الأشخاص الطبيعيين والمعنويين والهيئات المقيمة بالجزائر. ولقد استحدث هذا النوع من الإعفاء بموجب قانون المالية لسنة 1996 حيث كانت تعفى الشركات القائمة بعمليات بيع السلع والخدمات للتصدير من أداء الدفع الجزائي بصورة مؤقتة ولمدة 5 سنوات ابتداء من السنة المالية 1996 ، وكانت نسبة الإعفاء تطبق حسب نسبة رقم الأعمال المحقق بالعمللة الصعبة، غير أنه تم إلغاؤها تماماً بموجب المادة 13 من قانون المالية لسنة 2006 .

ج - الإعفاء من الرسم على النشاط المهني: يعرف الرسم بأنه مبلغ من النقود يدفعه الفرد إلى الدولة أو غيرها من أشخاص القانون العام جبار مقابل انتفاعه بخدمة معينة تؤديها له، ويترتب عنها نفع خاص به إلى جانب نفع عام، وبالرجوع لأحكام نص المادة 217 من قانون الضرائب فإنه يستحق الرسم بصدد رقم الأعمال يحققه المكلفون بالضريبة الذين يمارسون نشاطاً تخضع أرباحه للضريبة على الدخل الإجمالي صنف الأرباح التجارية والصناعية والضريبة على أرباح الشركات.

د -الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة TVA: يعد مثل هذا النوع من الرسوم إحدى مكونات النظام الضريبي الجزائري بعد الإصلاحات نتيجة المشاكل العملية التي عرفها تطبيق الرسم على رقم الأعمال من حيث تعقيده، وتم إدخاله بموجب قانون المالية لسنة 1991 في إطار الإصلاحات الضريبية بهدف إنعاش الاقتصاد الوطني ورفع تنافسية المؤسسات الجزائرية على مستوى الأسواق الخارجية من خلال مسح الأعباء الجبائية المحلية المصدرة عند الحدود، والبحث عن الشفافية الحيادية من خلال تخفيف الرسوم المنظمة للعناصر المساهمة في إنتاج السلع والخدمات.

هـ -منح تخفيضات ضريبية على دخول السلع التصديرية من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مما يؤدي إلى خفض تكلفة الإنتاج، وبالتالي تمتع هذه الأخيرة بالميزة التنافسية في الأسواق العالمية.

2- التسهيلات الجمركية¹:

تلعب إدارة الجمارك دورا هاما في تنظيم وتسيير التجارة الخارجية، حيث تؤثر الأنظمة الجمركية وبشكل بارز في ترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات وكذا تنميتها، كما تشجع على الرفع من الإنتاج المحلي وزيادة تغلغه في السوق الخارجية، ولقد سعت الدولة الجزائرية لإجراء العديد من التسهيلات للمصدرين بهدف تحقيق المراقبة المستمرة والفعالة حسب مقتضيات قواعد المنظمة العالمية للجمارك، وهو ما تم التأكيد عليه بموجب القانون رقم 98/ 10 المعدل والمتمم للقانون رقم 07/79 المتضمن قانون الجمارك والهادف إلى تسهيل المبادلات التجارية وترقية الاستثمارات.

أ -الإعفاء من دفع الحقوق الجمركية: فرض رسوم جمركية على جميع السلع الداخلة أو الخارجة من البلاد، لكن الاستثناء هو تخفيض هذه الرسوم وفي بعض الأحيان الإعفاء منها لأجل تحقيق المصالح العامة للدولة كما هو الحال في ترقية الصادرات خارج المحروقات بهدف إيجاد مورد جديد بالعملية الصعبة.

ب - تسهيلات في المراقبة الجمركية: سواء تعلق الأمر بمراقبة البضائع أو في التصريح المفصل، حيث تتولى إدارة الجمارك إجراء الفحص الجوهري بهدف التحكم في تدفق السلع والبضائع باعتبار الجمارك ممر عبورها، فيمكنها فتح هذا الممر إذا كانت السلعة مسموح عبورها أو تضييقه إذا كان مجال الشك، أو غلقه

¹ ليندة بلحارث، مرجع سابق، ص 4-5.

في مواجهة بعض السلع¹. فإذا لم يتمكن المصدر من تقديم التصريح المفصل فيإمكانه تقديم تصريح بسيط في حالة القبول المؤقت للسلع الموجهة لإعادة التصدير على حالته.

ج - الاستفادة من الأنظمة الجمركية الاقتصادية: تمكن هذه الأنظمة من تخزين البضائع وتحويلها واستعمالها أو تنقلها بتوقيف الحقوق الجمركية والرسوم الداخلية لاستهلاك وكذلك الحقوق والرسوم الجمركية الأخرى، وتدابير الحظر ذات الطابع الاقتصادي الخاضع لها وذلك حسب نص المادة 115 مكرر من القانون رقم 98/10 وهي موجهة خصيصا لتشجيع بعض الأنشطة الاقتصادية كالتصدير خارج قطاع المحروقات، عن طريق استعمال مجموعة من الميكانيزمات تنوع إلى الوقف أو الإعفاء من الضرائب والرسوم الجمركية مع منح مسبق لمزايا جبائية ومالية متعلقة بالتصدير.

ونلخص هذه الانظمة في :²

1. إلغاء رخص التصدير نهائيا إلا على بعض المواد التي يمنع تصديرها قانونيا
2. قبول تصريح غير كامل في ظل الاجراءات المعجلة للعملية الجمركية أي بتقديم تصريح أولي مؤقت ومبسط بدلا من التصريح المفصل ويطبق على المنتجات الحساسة للتلف مثل المواد الغذائية القابلة للتلف طبقا للمادة 86 من قانون الجمارك
3. إجراءات الجمركية المباشرة التي تسمح بإتمام جميع الاجراءات الجمركية داخل مؤسسة التصدير (فحص البضائع في المحل) طبقا للمادة 94 من قانون الجمارك.
4. نظام القبول المؤقت الذي يسمح بتصدير مؤقت للعينات أو عرض البضائع في المعارض والتظاهرات الاقتصادية رغبة في التصدير وتوسيع المنافذ طبقا للمادة 193 والمادة 196 من قانون الجمارك
5. يسمح بتصدير المنتجات المعرضة للتلف خصوصا المنتجات الفلاحية قبل توطين العملية التجارية بخمسة أيام وفقا للمادة 60 و 63 من المرسوم 07-01 المؤرخ في 03 فيفري 2003³.

¹ ليندة بلحارث، نظام الرقابة على الصرف في ظل الإصلاحات الاقتصادية في الجزائر أطروحة لنيل شهادة دكتورا في العلوم، جامعة بتيزي وزو، 2003، ص 26.

² زير ريان، مرجع سابق، ص 103.

³ قاسمي لخضر، أثر الصادرات غير النفطية على النمو الاقتصادي في الجزائر دراسة مستقبلية حول تنويع الاقتصاد الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد التنمية، سنة 2013، جامعة باتنة، ص 68-96.

3- الاجراءات التنظيمية¹: وهي مكملّة للاجراءات الضريبية والجمركية، وضعت خصيصا لأجل ضمان نجاح سياسة التصدير خارج المحروقات، كما أنها تضمن للمتعاملين الاقتصاديين الإطار القانون لممارسة نشاطاتهم بصفة قانونية وشرعية، ونجد فيها مظهرين أساسيين:

أ- جمعات المصالح المشتركة: وهي اتحاد مؤسستين أو أكثر في مجال التصدير، خاصة تصدير المواد الصناعية، مع بقاء احتفاظ كل مؤسسة باستقلاليتها الشخصية والمعنوية، وهو ما تم التأكيد عليه بموجب القانون رقم 88/04 المتعلق بالقانون التجاري المعدل والمتمم لأمر رقم 59/75 تحت عنوان التجمعات الاقتصادية ذات المصلحة المشتركة.

ب - الشركات المختلطة : جاء تنظيمها بموجب الأمر رقم 82/13 المعدل والمتمم بموجب الأمر رقم 86/13 والمتعلق بتأسيس الشركات المختلطة الاقتصادية وسيرها، وذلك بهدف الرفع من المستوى الاقتصادي الوطني من خلال إدخال المنتج الوطني إلى السوق الخارجية، فتخضع مثل هذه الشركات إلى القانون التجاري الجزائري وتحوز نسبة 51% من المساهمة مقابل 49% من الطرف لأجنبي الذي يتولى عملية التسيير مع الزامه بتقديم مساهمات مالية بالعملية الصعبة، و بمجرد أن تتحقق الأهداف المرجوة من مثل هذا النوع من الشركات يتم مباشرة التخلي عن الطرف الأجنبي واستبداله بالطرف الوطني*.

¹ ليندة لحارث، مرجع سابق، ص8.

* نشير في هذه النقطة إلى فشل مثل هذا النوع من الشركات في تحقيق الأهداف الموجودة منها وذلك بسبب ضخامة الرأسمال التي تتطلبها مثل هذه المشاريع، والغياب شبه التام للأطر القانونية لها

ثانيا :الاجراءات النقدية والمالية¹

بداية من القانون رقم 90-02 الصادر في سبتمبر 1990 للمصدر التصرف في جزء أو في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خارج المحروقات، وتمس هذه المادة أيضا مصدري الخدمات، ومن جانب آخر تم اقرار عملية التوطين و التسوية المالية للصادرات غير النفطية للمصدر التصرف في جزء أو في كل المبالغ المحصل عليها بالعملة الصعبة من خلال قيامه بعملية تصدير منتجات خارج المحروقات، وتمس هذه المادة أيضا مصدري الخدمات، ومن جانب آخر تم اقرار عملية التوطين و التسوية المالية للصادرات غير النفطية.

أما فيما يخص البنوك التجارية، فقد منح لهذه الأخيرة حرية أكبر في إدارة النقد الأجنبي من حصيلة الصادرات غير النفطية .

وتم تجسيد إعادة تأهيل تشريعاتنا وتنظيماتنا عبر إصدار المرسوم رقم 03-04 الصادر في 17 جويلية 2003 المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على تصدير واستيراد السلع .و يكرس ذا الأمر مبدأ تحرير استيراد وتصدير السلع ويذكر الأمر نفسه انه يمكن لكل شخص معنوي او طبيعي ممارسة التجارة الخارجية شرط خضوعه لمراقبة الصرف.

و منذ 1994 أصبح بإمكان المصدرين تسجيل نسبة 50% من حصيلة صادراتهم غير النفطية و من منتجاتهم المنجمية في حسابهم بالعملة الصعبة.

ومع إنشاء سوق صرف ما بين البنوك في الجزائر، كان من المهام الأساسية لهذا السوق هو تغطية العمليات الجارية للبنوك و عمليات زبائنهم المتعلقة أساسا بإعادة تمويل و تقديم تسبيقات حول الحصيلة المتأتية من الصادرات غير النفطية والمنتجات المنجمية، إضافة يتم تقديم الدعم للمصدرين بعض المواد لاسيما منها الثمر حيث ان تصديرها يستفيد من دعم مزدوج طبقا للقرار الوزاري المشترك بين وزارة التجارة والفلاحة

¹ زير ريان، مرجع سابق، ص 104.

سنة 2001 والمتمثل في التكفل بـ 50% من نفقات النقل ومنح 5 د لكل كلغ كمكافئة لتشجيع الإنتاج والتصدير¹.

وبموجب المادة 192 من قانون المالية لسنة 1996² تم إنشاء حساب خاص تحت رقم 084/302 بعنوان الصندوق الوطني الخاص بترقية الصادرات وغرض إنشائه هو تقديم المساعدات المالية في خصوص دراسات الأسواق وتحسين النوعية.

¹ حمشة عبد المجيد، دور تحرير التجارة الخارجية في ترقية الصادرات في خارج المحروقات في ظل التطورات الراهنة، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سنة 2012-2013 ص 96.

² المادة 195 من الأمر 95-27 المؤرخ في 30 ديسمبر 1995 المتضمن قانون المالية لسنة 1996، الجريدة الرسمية العدد 82، الصادرة في 31 ديسمبر 1995.

خلاصة الفصل:

إن كل عملية اقتصادية تحتاج الى استراتيجية فعالة لضمان لنجاحها وتحقيق الغاية منها، ولذا أولت الحكومة الجزائرية اهتماما كبيرا بترقية الصادرات خارج المحروقات، لهدف تطوير قطاع التصدير من جهة والحصول على أكبر احتياطي ممكن للعملة الصعبة من جهة أخرى، وجسدت ذلك من خلال مختلف الإجراءات والتدابير التي وضعتها والتي مست المجالات القانونية الرقابية، المالية، الجبائية، الجمركية والنقل، إضافة الى الهيئات التي استحدثتها لهذا الغرض ونجد من بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX والتي سنتطرق الى مدى مساهمتها في اصلاح عملية ترقية الصادرات خارج المحر وقات في الفصل الموالي.

تمهيد:

شكلت التجارة الخارجية مجال اهتمام جل الدول من خلال دورها في ضمان التنمية الوطنية و ضمان العلاقات التجارية مع الخارج ، وفي ظل زيادة وتيرة الترابط بين مختلف أطراف الاقتصاد العالمي والاتجاه نحو التجارة الخارجية، وجب على كل دولة أن تضع هيكلية خاصة تسمح لها بالاندماج في الأسواق الخارجية واكتساب ميزة تنافسية ولذلك فإنه للحفاظ على توازن الاقتصاد الوطني و لمسايرة التطورات الحاصلة في العالم اتبعت الجزائر عدة اجراءات تقودها نحو تحرير التجارة الخارجية تمثلت في إنشاء العديد من الهيئات الترقية من بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية و التي تسعى الى كسب مكانة في الاسواق الدولية ومحاوله الدخول في المنافسة.

وعلى ضوء ماسبق ذكره تناولنا في هذا الفصل ثلاثة مباحث يتطرق كل مبحث الى ما يلي :

المبحث الأول : تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

المبحث الثاني: دور الوكالة في ترقية الصادرات خارج المحروقات

المبحث الثالث: دراسة الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر

المبحث الأول : تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

إن الضرورة الملحة لترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر ادت بالمشروع الجزائري الى وضع النظم القانونية والمؤسسية لدعم هذا القطاع الحساس في الاقتصاد الوطني لمواكبة متطلبات الاقتصاد الدولي وذلك بوضع هياكل ذات طابع اعلامي وتوجيهي وذلك على غرار الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "ALGEX"

المطلب الأول: نشأة الوكالة

في سنة 1996، وبموجب المرسوم التنفيذي رقم 327/96¹ وفي اطار التوجيهات المقررة من طرف السلطات العمومية تم تأسيس "الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية "PROMEX"، وهو عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالاستقلالية المالية ، وتخضع لوصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية، بهدف اعطاء دفع جديد للتجارة الخارجية وجعل المنتج المحلي قادرا على اقتحام الاسواق الخارجية وكذلك ترقية المبادلات الخارجية .

وبغية توسيع مجالات العمل وإتمام الدور الذي يقوم به الديوان ، وكذا للتغلب على العراقيل وتجاوزها، تم تحويل الديوان الى "الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "ALGEX" استنادا الى قرار وزير التجارة لأمر من المرسوم التنفيذي 174/04 الموافق لـ 2004/06/12².

تعتبر هذه الوكالة امتدادا لنشاط الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية وهي بدورها مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تتمتع بالاستقلالية المالية ، والشخصية المعنوية ، موضوعة تحت وصاية الوزير المكلف بالتجارة الخارجية، وهدفها الرئيسي هو تحرير وإنعاش التجارة الخارجية ، بالإضافة إلى تطوير المنتجات المحلية وتسويقها للخارج، كما بإمكانها في إطار تنفيذ مهامها، إنشاء مكاتب التمثيل والتوسع التجاري في الخارج .

المطلب الثاني: مهام و أهداف الوكالة

الفرع الأول: المهام : حسب المادة 06 من المرسوم التنفيذي رقم 174_04، تكلف الوكالة بالمهام التالية³:

- وضع في متناول المتعلمين الاقتصاديين معلومات تجارية أو النصوص القانونية المتعلقة بالتجارة الخارجية بصفة عامة (مراسيم ، قراران وزارية).
- الاستماع إلى مقترحات المتعاملين

1 الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 58، لسنة 1996، ص 09-10.

2 الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 39، لسنة 2004، ص 04-05.

3 الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، العدد 39، لسنة 2004، ومنتظمة لمهام الوكالة

- تحضير برنامج التظاهرات الاقتصادية سواء كانت داخل الوطن أو خارجه و ذلك بالتنسيق مع الشركة الجزائرية للمعارض ووزارة التجارة.
- ضبط و متابعة تطبيق اتفاقيات التعاون المبرمة مع الهيئات الأجنبية الخاصة بترقية التجارة الخارجية
- تسيير بعض بنوك المعلومات من أجل معرفة أكثر وتسيير أحسن لتدفقات التجارة الخارجية عن التصدير أو الاستيراد ، نذكر على سبيل المثال (فهرس المصدريين ، قائمة الشراء في طريق الإنجاز) .
- تسيير منح الدعم من أجل تشجيع التصدير خارج المحروقات بفضل الصندوق الخاص بترقية الصادرات تحضير أعمال دراسية من أجل ترقية المنتجات الجزائريين المصدرة .
- تنظيم أيام دراسية ، ندوات لمنح المتعاملين الاقتصاديين لنقاش مشاكلهم الخاصة بعمليات التصدير ومحاولة إيجاد حلول لها وذلك بالتنسيق والتعاون مع إدارات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "ALGEX".
- دعم المصدريين وتزويدهم بكافة المعلومات حول الفرص التجارية المتاحة في بعض الأسواق الخارجية، وكذا حول التظاهرات و المعارض الوطنية و الدولية .

الفرع الثاني: الأهداف : إن المعطيات التي قامت على أساسها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية "ALGEX" ، انطلقت أساسا من الأساليب الموضوعية والمبررات العلمية وواقع الصناعة في الجزائر والحاجة الملحة لتطويرها وتنميتها تماشيا مع المتطلبات الحديثة للسوق الخارجية ، وهذا من خلال المشاركة في تطوير استراتيجية ترقية التجارة الخارجية حيث تساعد في تحليل الأوضاع و الظروف المختلفة للأسواق العالمية بهدف تسهيل وتوسيع منافذ المنتجات الجزائرية .

وانطلاقا من هذه المعطيات حرصت الوكالة على تسطير أهداف واقعية وعملية تتمثل في ما يلي¹:

- التوسع في الصادرات ذات الاستعمال الواسع كالأدوية.
- تقديم منتجات ذات جودة عالية و أسعار تنافسية.
- تكوين مشاريع شراكة أجنبية .
- تحقيق الأمن التصديري للمصدرين .
- الاهتمام بالبحوث العلمية بالاعتماد على دراسات مراكز البحوث الأجنبية .

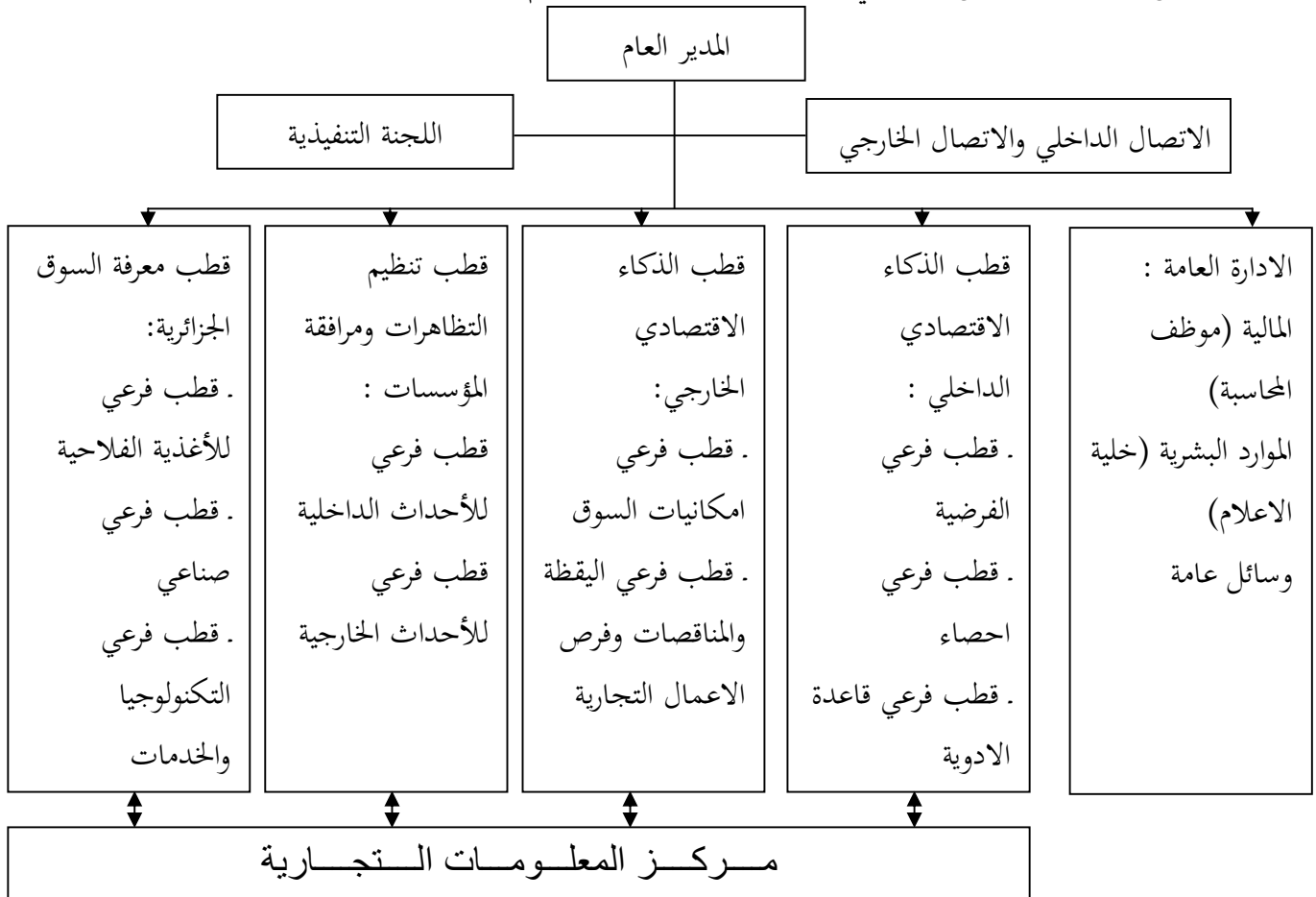
1 من الوثائق الخاصة بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

- زيادة وتقوية المؤسسات في السوق الوطنية.
- التهيئة لدخول واقتحام الأسواق العالمية من خلال إجراء دراسات مستقبلية خاصة بالتجارة الخارجية والاستعانة بذوي الخبرة.
- معرفة حجم الصادرات من المنتجات الجزائرية.
- توسيع حجم الاستثمار الخارجية وترقيتها.
- المساهمة في إنعاش الاقتصاد الوطني عن طريق تغطية حاجيات ، فالوكالة أصبحت ترافق و تحت على استراتيجيات مختلفة في مجال ترقية الصادرات.

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

نعرض هيكل الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية على الشكل التالي :

الشكل (1-2) : الهيكل التنظيمي لـ ALGEX (الملحق رقم 01) .



المصدر : الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ALGEX

سنعرض في ما يلي التنظيم الداخلي المتعلق بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية المتمثلة في :

1. **المدير العام :** ويتولى تسيير شؤون الوكالة كما يقوم عدة مهام أخرى ، نذكر منها :

- إعداد مشروع ميزانية الوكالة ، و عرضه على مجلس التوجيه .
- تسيير ميزانية الوكالة ضمن الشروط المحددة في التشريع و التنظيم المعمول به.
- ممارسة السلطة السلمية على جميع مستخدمي الوكالة.
- إبرام كل الصفقات و الاتفاقيات المتعلقة بمهام الوكالة.
- إعداد مشروع النظام الداخلي للوكالة وعرضه على مجلس التوجيه.
- السهر على تحقيق الأهداف الموكلة للوكالة وتنفيذ مداولات مجلس التوجيه.
- تمثيل الوكالة أمام القضاء .

2. **الهياكل الأخرى:** وتتمثل في الادارة العامة و أربع أقطاب عامة تنقسم إلى اثنا عشر قطب فرعي وهي:

❖ **قطب الذكاء الاقتصادي الداخلي :** والمكلف بالمهام التالية ¹:

- دراسة وتحليل التجارة الخارجية الجزائية و الرقي بالمجموعة الكبرى لقطاعات الاستيراد التصدير .
- متابعة تغيرات الأسعار المتداولة للمواد الأولية في البورصات العالمية .
- متابعة الواردات .

ويضم هذا القطب ثلاثة أقطاب فرعية وهي :

- قطب فرعي الطرفية.
- قطب فرعي إحصاء.
- قطب فرعي قاعدة الأدوية.

❖ **قطب الذكاء الاقتصادي الخارجي :** ويتولى المهام التالية :

- جمع واستغلال المعلومات الاقتصادية و التجارية و القانونية المتعلقة بالأسواق الخارجية.
- إعلام ومساعدة المتعاملين حول كل الجوانب التي تتعلق بتطور الأسواق الخارجية.
- البحث مع فرص العمل مع شركاء أجنبية.
- تقديم عروض (المنافسات) و سهرات اقتصادية .

1 وثيقة خاصة بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

ويظم هذا القطب ثلاثة أقطاب فرعية وهي :

- قطب فرعي إمكانيات السوق
- قطب فرعي اليقظة و المناقصات و فرص الأعمال التجارية.
- قطب فرعي مركز المعلومات التجارية .

❖ **قطب تنظيم التظاهرات و مرافقة المؤسسات :** ويتولى المهام التالية :

- تحضير كل الوثائق الضرورية للقاءات الثنائية (برامج اللقاء الشخصي مع الزبائن الأجانب).
- تنظيم دورات تكوين و أيام دراسية ، ولقاءات للتوعية و التشاور حول مواضيع تتعلق بالتجارة الخارجية .
- تحضير المعارض وتنظيمها بمساعدة الشركة الوطنية للمعارض **SAFEX**.
- متابعة و تأطير المشاركين في مختلف التظاهرات الدولية.
- تقديم كل المعلومات المتعلقة بالبلد الذي يقام به العرض.

ويظم هذا القطب قطبين فرعيين هما :

- قطب فرعي للأحداث الداخلية .
- قطب فرعي للأحداث الخارجية.

❖ **قطب معرفة السوق الجزائري :** ويتولى المهام التالية :

- معرفة المنتجات الفلاحية القابلة للتصدير.
- تحديد وتقديم الامكانيات الانتاجية.
- تنمية وتطوير السياحة والصناعة الحرفية الجزائرية.
- تخطيط وتنظيم الاتصالات.
- شهرة ألكس هي دراسة الآثار التي تتركها وسائل الإعلام الجزائرية في دعمه للمؤسسات الوطنية في تعاملاتها مع الخارج (الدولية).

ويظم هذا القطب أربعة أقطاب فرعية وهي :

- قطب فرعي الأغذية الفلاحية.
- قطب فرعي صناعة.
- قطب فرعي التكنولوجيا و الخدمات.
- قطب فرعي حول الشخص

❖ الإدارة العامة : وتتولى المهام التالية :

- ضبط بصورة منتظمة كل الوثائق المتعلقة بتسيير الوكالة.
- تسيير العلاقات المالية الاستثنائية الموضوعة تحت تصرف الوكالة.
- معالجة المنازعات الإدارية و القضائية.
- إعداد ميزانيات التسيير و التجهيز و تنفيذها.
- ضمان توظيف المستخدمين.
- ضمان تنفيذ مخطط الرقابة و السهر على نظافة المقر.
- المشاركة في تقييم حاجات الوكالة من الموارد البشرية.

المبحث الثاني : دور الوكالة في ترقية الصادرات خارج المحروقات

نظرا لطبيعة مهام الوكالة المتمثلة أساس في جمع ، تحليل ونشر المعلومات لوضعها في متناول المتعاملين الاقتصاديين، ونظرا أيضا لحجم هذه المهام و أهميتها فهذا ما يدفعها إلى وجوب تعدد مصادرها وأقطابها.

المطلب الأول : تنظيم المعلومات داخل الوكالة.

الفرع الأول : مصادر معلومات الوكالة :وهي عديدة ومتنوعة نذكر منها¹:

- شبكة الأنترنت: باعتبار الانترنت مصدر وخزن للمعلومات قامت الوكالة بإنشاء موقع خاص بها www.algex.dz قصد التعامل وبفاعلية مع التطور المعلوماتي على الصعيد العالمي، وكذلك للتعريف والترويج لنفسها ولمنجزاتها مع الاشارة على ان الشبكة الانترنت مستعملة لدرجة كبيرة في كل مصالح الوكالة للإطلاع على كل المواقع المتعلقة بالتجارة الخارجية وجمع مختلف المعلومات منها .
- شبكة لاتان "LATIN": تعد الوكالة المثل الوطني فيما يخص هذه الشبكة من 22 دولة وهي بمثابة مخزن لكل الدراسات الاقتصادية المنجزة في الجزائر و البلدان العربية.
- وكالة الأنباء "روتر" : هي عبارة عن بحر من المعلومات تتمركز في إنجلترا ، تعتبر وكالة الأنباء من المصادر المعلوماتية للوكالة و هذا ما يجعلها على علم دائم و مستمر بالتطورات الاقتصادية منها تطور البورصات و أسعار البترولالخ .
- وكالة الأنباء الجزائرية "APS":من خلال مراسليها عبر العالم تقوم بجمع المعلومات ونشرها عن طريق الأقمار الصناعية لذا تعتبر الوكالة من أهم المصادر المعلوماتية ، لما توفره من معلومات مهمة ومفيدة.

الفرع الثاني : كيفية معالجة المعلومات بالوكالة

بعدما تتحصل الوكالة على المعلومات من المصادر المذكورة سابقا، تقوم بترتيبها، تصنيفها و تحليلها على أساس أهميتها و نسبة الطلب عليها، فيتم معالجتها معالجة آلية عن طريق البرنامج LOGICAL ACGESS و بعدها يتم إنشاء²:

1 الوثيقة الخاصة بالوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

2 LOGICIAL ACCESS هو برنامج يقوم بمعالجة المعلومات اليا داخل الكمبيوتر

- قاعدة بيانات تضم أهم المصدرين الجزائريين وذلك بالتعاون مع المركز الوطني للسجل التجاري "CNRC"
- إنجاز ثلاث قواعد للمعطيات و المتعلقة على وجه الخصوص بمتابعة الواردات
- قاعدة معطيات تخص متابعة الانتاج الوطني
- قاعدة البيانات الإحصائية تتضمن إحصائيات التصدير و الاستيراد بالكميات و القيم و ذلك، وفق المناطق الجغرافية
- قاعدة القوانين التي تضم أهم القوانين المنظمة للتجارة الخارجية لكل دولة.
- قاعدة المعلومات " أليدان " وهي قاعدة بيبليوغرافية تحتوي على حوالي 11000 عنوان لمجلات ودوريات متخصصة متعلقة بوجه الخصوص بالتجارة الخارجية و قطاعات اقتصادية أخرى بالإضافة إلى إنشاء بنوك معلومات ثم تقوم الوكالة بمعالجة المعلومات عن طريق :
- إنجاز تقارير أسبوعية حول التطورات الاقتصادية العالمية.
- تكليف المصالح المختصة بإعلام المصدرين عن طلبات الزبائن الأجانب.
- تقديم استشارات فيه شكل تحاليل إحصائية خاصة بمعالجة المعلومات المتعلقة بالتجارة الخارجية .

الفرع الثالث : إصدارات و منشورات الوكالة :

- تقوم الوكالة بإنتاج و نشر بصفة دورية أو شهرية أو أسبوعية مواد إعلامية تتضمن معلومات و بيانات حول التدخلات و التظاهرات المبرمجة و المعلومات حول الأسواق الخارجية ، و تحاليل و تقديمات لنتائج السياسة التي تنتهجها الوكالة و تحاليل إحصائية حول التجارة الخارجية ، لكي يتم توزيعها و نشرها على كل الإطارات لتحسين الخدمات و إيصال المعلومات إلى المحيط الاقتصادي و لما لا الأجنبي و إلى المصدرين بالدرجة الأولى لتسهيل عملية التصدير، إذ نجد مجموعة من المنشورات من بينها:
- رسالة الجكس: (ملحق 02)تقوم الوكالة بإصدار الرسالة بصفة شهرية لمعرفة الأحداث الاقتصادية المحلية و الدولية بصفة عامة و الوكالة بصفة خاصة، حيث تتناول عدة مواضيع من بينها :
 - إلقاء الضوء على أهم المنتجات و المؤسسات الجزائرية ، كما أنها تقدم معطيات كاملة عن دولة ما بالتطرق إلى موقع وتاريخ واقتصاد هذه الدولة وتقوم بإجراء حوار مع أهم الخبراء الاقتصاديين .
 - مجلة الوكالة : كما تقوم الوكالة بإعداد مجلة شهرية و هي تتطرق إلى نفس مواضيع الرسالة لكن بصورة معمقة و بتفصيل أكثر.

- دليل المصدرين الجزائريين (ملحق رقم 03) : هو كتاب يتم إصداره كل عامين باللغتين العربية والفرنسية، و يحمل جميع عناوين المؤسسات الجزائرية المصدرة و طبيعة منتجاتها و إمكانيات الاتصال بها (الهاتف، و الفاكس البريد الإلكتروني) كما أنه في مقدمة الكتاب نجد لمحة عن موقع و تاريخ الجزائر، عملتها، أهم مدنها و كذا أيام العمل و العطل فيها، وواقع اقتصادها بالإضافة إلى الدور و المهام الذي تقوم بها الوكالة وهذا لتسهيل عملية الحصول على المعلومات بالنسبة للأجانب المهتمين بالمنتجات الجزائرية أو التعامل مع المصدرين الجزائريين.
- المطويات : تصدر الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية مطويات تهدف إلى التعريف بها و تعداد أهم خدماتها .

المطلب الثاني : مشاريع الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

الفرع الأول: دراسة جدوى خلق تكتل للتصدير (عسل و زيت زيتون)¹

1 (نشأته :

حكم عليه بالفشل في البداية ، غير أن إحداثياته جريت في أجواء هادئة و جد ايجابية، رغم بعض التحفظ ببداية الجلسات، إلا أن مربى النحل و منتجي زيت الزيتون أطلقوا العنان لأنفسهم و باحوا للوكالة بمشاكلهم و عبروا عن فائدتهم من التكتل.

تنظيم المتعاملين كان على شكل 3 مجموعات مكونة من 20 شخصا مؤطرون من قبل مرشدين للتصدير وهذا ما مكن من إقامة المبادلات عن قريب و تسهيل النقاشات.

هذه المنظمة التي ميزت التقديم حسب كل متعامل لحالته المهنية، مكنت من تحقيق حرية أكبر لمعتقدات المتعاملين الذين سلموا مشاكلهم ليس فقط من جانب صعوبات الإنتاج و المتاجرة و إنما أيضاً مشاكل الاتصال بالإدارات الضريبية التي حسبهم كانت تضعها جد ثقيلة.

و بعدها سريعا أهم المتعاملين اظهروا و اقروا بفكرة إنشاء التكتل. عموما اظهر من 80% إلى 90% من المتعاملين رغبتهم في الانضمام إلى التكتل ، و الذي حسبهم سيمكنهم من حل المشاكل التي يواجهونها حاليا.

1 المجلة الشهرية للوكالة Le forum du commerce extenur العدد رقم 8 الفصل الاول 2011 ص 22-25 .

(2) أهداف التكتل :

التكتل هو صورة قانونية تمكن من جمع أشخاص معنويين بحقوق خاصة ممارسي لنشاطات اقتصادية غير تنافسية لتشكيل قوة متدخلة، فعالة في السوق الدولي.

يجمع التكتل متعاملين (مربّي النحل و مزارعون منتجو لزيت الزيتون)، اقتصاديين قادرين على تحمل مختلف المراحل التقييمية للمستوى المشروط حسب مواصفات الأسواق الدولية و شروط الربحية الاقتصادية.

لهذا الصدد يجلب أن يستفيد التكتل من كل اهتمام أعضائه من جهة، و الدعم الكافي من القدرات العامة من جهة أخرى لبناء خطواته نحو النجاح.

ولهذا يتوجب على الوكالة أن تكون صارمة حول :

- اختيار الأعضاء الذين يجب أن يظهروا جدّيتهم و إرادتهم و كذا تصرفاتهم
- وضع سير للإيرادات العامة ، الشروط الأساسية لمرافقة التكتلات في الخارج (مخابر التحليل، المواصفات، العلامة التجارية ، الإجراءات التحفيزية الضريبية ، التسهيلات الجمركية ، الدعم المالي و الترقية التجارية... الخ).

(3) ما يجب على أعضاء التكتل فعله:

- امتلاك منتج ذو نوعية مصادق عليه من مخابر ذات سمعة جيدة .
- جعل العلامة التجارية الجزائرية للمنتج المحلي أو البيولوجي حتى يدرج في كتالوجات دولية ، و هذا ما يكون الهدف الرئيسي.
- تقديم المنتجات، حسب المعايير المتخذة في كل سوق .
- التحضير و المشاركة في المعارض الدولية، القيام بالترويج لنقاط البيع بالاعتماد على منشورات و عينات يجب توزيعها .
- امتلاك موقع إلكتروني للاتصال دائم و ديناميكي مع ممثلي السوق لتأمين رؤية عامة و دائمة عن المنتج حول العالم و بعدة لغات.
- التحصل على المعلومات، حول الأسواق و خاصة الطالب ، العرض، المنتجات ، الزبائن.

4) التحديات التي يواجهها التكتل: ويمثل تشكيل التحدي من خلال 3 جوانب :

- النجاح في اكتساح الأسواق الخارجية مهما كان الثمن حيث نعلم أن المنتجات الجزائرية ذو جودة عالية و تجمع كل الشروط للحصول على العلامة البيولوجية ، يمكن تحقيق هذا التحدي إذا ما أولت الحكومة اهتمامها الشديد و الدعم الكافي.
- نجاح هذه التكتلات سيشكل وسيلة لتطوير نشاطات الفروع لتربية النحل و إنتاج زيت الزيتون ، و بذلك بروز مؤسسات صغيرة و متوسطة حديثة و فعالة بفضل حداثة وسائل الإنتاج و تنظيم أفضل للموارد المشتركة و الإجبارية من الأسواق الدولية.
- خلق تكتل موجه التصدير ممكن أن يستجيب تماما لرغبات إيرادات الدولة من أجل تطوير الصادرات خارج المحروقات.

5) البرنامج المتوقع للتكتل:

- جانفي 2011: إجتماع و تقديم للمنتجات و الأسواق.
- فيفري 2011: اجتماع، مشرع التكتل (الدول و المنتجات المعلبة. الإستراتيجية التقريبية، اتصالات الزبائن و الأسواق الخارجية مع الميزانية و الخطة التنفيذية التجارية المتوقعة).
- أفريل 2011 : اجتماع نهائي للإمضاء على الهيكلية (انتخاب مكاتب ، اختيار اسم للتكتل).
- ماي 2011 : اجتماع لتحديد المظهر التجاري تصدير أو مستشار تصدير.
- جوان 2011: مقابلو و توظيف تجاري تصديري.
- سبتمبر 2011: تكوين تجاري للتصدير (مؤسسة و منتج) ، انطلاق أعمال التنقيب
- و كما يمكن الملاحظة أن المدة الأدنى لإنشاء تكتل هو 12 شهرا خارج الأعمال المقدمة ، قبل أن يكون عملي وساري المفعول.

الفرع الثاني: البوابة الوطنية للتجارة الخارجية¹:

البوابة الجديدة سوف تكون مركز التشغيل الإعلامي لـ ALGEX والتي تقوم بتفعيل المؤسسات الناشطة في التجارة الخارجية بالإجابة على كل الفئات المعروفة لديها من خلال :

1 - بوابة الاتصالات

2 - بوابة الوثائق

3 - البوابة التطبيقية

4 - بوابة التعاون أو التوحيد

5 - بوابة المجاميع و سير العمل

❖ بوابة الاتصالات:

تهدف هذه الوحدة إلى نشر المعلومات القائمة على الرسائل و المنتديات وهي تنطوي على:

- النشر الواسع للمعلومات ذات الأهمية العامة (تقديم الشركة التنظيم الأدلة آخر الأخبار و الجريدة الداخلية... إلخ).
- تنفيذ عمليات بحث الدليل التجاري لتحسين نوعية المعلومات المخزنة.
- توفير بريد إلكتروني مفتوح يسمح بالتواصل بين الموظفين داخل الشركة مع الشركاء الخارجيين والتي سوف تكمل الاجتماعات و المقابلات و المكالمات الهاتفية
- تسمح بتبادل المعلومات وطرح أسئلة و أجوبة حول مواضيع إستراتيجية أو مشاريع المؤسسات في شكل منتدى للمناقشة.
- الجمع بين التقنيات "سحب" (نشرت على شبكة الانترنت يجب على المستخدم الوصول إلى معرفة المعلومات، والتقنية الدفع (إرسال معلومات للمستخدم لإعلامه بمنشورات جديد او تشجيعه على التنقل في مسافات جديدة).

❖ البوابة الوثائقية:

هنا سيكون تصميم نظام يسمح بتنظيم إدارة الإنتاج ونشر وثيقة لإنشاء مكتبة إلكترونية حقيقية حيث يتم إلغاء مرجعية كل وكيل أو شريك.

1 مستخرج من وثيقة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

❖ البوابة التطبيقية :

سيتم تعميم هذه الشبكة ليس فقط للتطبيقات المحددة للاتصالات الداخلية و الخارجية للشركة ولكن أيضا لكل تطبيقات أعمال ALGEX تلك التي تشير إلى إحصاءات الخدمات.

❖ **بوابة التعاون أو التوحيد:** تهدف إلى وضع تنفيذ التعايش المنسق لجميع التطبيقات المتدفقة في الأنبوب المتعلقة بهذا الجزء من المدخل فإنه سيتم ملائمة الوظائف التي يصل إليها المستخدم بسهولة من خلال واجهة مشتركة لضمان . إنشاء عدد من المبادئ المحددة في ALGEX وتعزيز التبادل مع أصحاب المصلحة.

❖ **بوابة المجاميع و سير العمل:** التطبيقات المطروحة تجيب على خصائص سير العمل " في الواقع أنها ستكون من الجانب التعاوني للسيطرة على أعمال كل مشارك فمن الضروري تطوير الأدوات اللازمة لدعم الأداء و الأمان في هذه البوابة حيث يجب أن تستوفي الشروط التالية:

- مكافحة الفيروسات التي تمكن بكفاءة و فعالية إزالة الديدان.
- اختبار منهاج ما قبل و ما بعد الإنتاج.
- النسخ الاحتياطي المركزي لخوادم موقع بوابة أخرى.

التنسيق مع الشركاء:

إنشاء فضاء للتنسيق بين المهنيين و يكون مرة واحدة في الشهر، وهو يشمل بالإضافة إلى أعضاء ALGIX، وزارة التجارة، لمناقشة التحديثات.

المطلب الثالث : إنجازات الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية¹.

❖ الأعمال التي تقوم بها الوكالة

إن عمل الوكالة يهدف إلى ترقية الصادرات خارج المحروقات، و بهذا الصدد قامت بتقديم خدمات متنوعة وفي مختلف المجالات و تتمثل في:

- **مساعدة و دعم المصدرين:** حيث تقوم الوكالة بتقديم معلومات للمتعاملين الاقتصاديين عن إجراءات التجارة الخارجية و خاصة منها المتعلقة بالصادرات خارج المحروقات، و ذلك من خلال وسائل الاتصال و السندات المعلوماتية المختلفة التي تتوفر عليها و تتجها الوكالة لتلبية طلبات و احتياجات المتعاملين الاقتصاديين

1 مستخرج من وثيقة الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية

1- إنشاء دار المصدر : (ملحق رقم 04)

في 12 نوفمبر 2007 دشّن السيد وزير التجارة مصلحة خاصة باستقبال المصدرين و مرافقتهم في كل ما يتعلق بعمليات التصدير، و قد سميت هذه المصلحة "دار المصدر" نظرا لتكفلها المباشر والفوري بكل القضايا التي يمكن أن يطرحها المصدرون و تقدم "دار المصدر" للمصدرين الخدمات المباشرة التالية

- التزويد بالمعلومات التجارية و الإجراءات القانونية لعمليات التصدير .
- تقديم المعلومات حول الإجراءات التحفيزية لعمليات التصدير و خاصة منها الدعم الذي يقدمه الصندوق الخاص لترقية الصادرات و الإعفاءات الجبائية و التسهيلات الجمركية و البنكية .
- تقديم خدمات المرافقة وإرشادات حول تقنيات التصدير.
- ربط علاقات عمل مع شركاء أجنبى و تقديم فرص تجارية حول الطلبات الأجنبية لشراء المنتجات الجزائرية .
- تقديم معلومات حول المعارض المتخصصة بالخارج

2- امضاء اتفاقية تعاون مع المديرية العامة للجمارك :

في إطار المهام المخولة لها وللاستجابة لانشغالات المصدرين وقعت وكالة " الجكس " في 5 مارس 2010 اتفاقية تعاون مع المديرية العامة للجمارك تهدف إلى تطوير الإجراءات التسهيلية الجمركية و ترقية الصادرات خارج المحروقات.

3- عقد اتفاقيات ثنائية و مذكرات تفاهم : (ملحق رقم 05)

ساهمت الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية في عقد العديد من الاتفاقيات الثنائية و مذكرات التفاهم مشتركة مع بلدان أجنبية و ينصب دورها في توطيد علاقات التعاون بين الدول ونأخذ مثال من هذه العقود مذكرة التفاهم¹ حول ترقية التجارة الخارجية التي تمت بين الوكالة ALGEX (الجزائر) و الديوان الوطني لترقية التجارة الخارجية (بوركينا فاسو) و التي تهدف إلى تعزيز العلاقات بين المنظمين تطوير وتوسيع العلاقات التجارية بين المؤسسات الاقتصادية الجزائرية البوركيناوية، من خلال التوقيع على بعض المواد التي يلتزم بها كلا الطرفين .

➤ المادة (1): القيام بمجهودات اللازمة من اجل ترقية العلاقات التجارية بين المؤسسات الجزائرية والبوركيناوية.

➤ المادة (2): تبادل المعلومات.

➤ المادة (3): تفعيل نشاطات الترويج التجاري .

1 مذكرة تفاهم بين الجزائر وبوركينا فاسو .

➤ المادة(4): طرق تبادل المعلومات و المنشورات الوثائقية.

➤ المادة (5): تنظيم دورات لتكوين و تبادل الخبراء .

➤ المادة (6): تفعيل المذكرة

المبحث الثالث : دراسة الصادرات خارج قطاع المحروقات في الجزائر.

أولت الحكومة الجزائرية اهتماما كبيرا نحو تبني استراتيجية وطنية لترقية الصادرات خارج المحروقات على اثر انخفاض أسعار النفط في السوق العالمي إلى ما دون 10 دولار للبرميل سنة 1986، وما سببته هذه الصدمة أكد على خطورة الاعتماد على تصدير منتج واحد، ونتيجة لتمييز الاقتصاد الجزائري بأحادية التصدير للمحروقات أصبح لزاما على الجزائر الاهتمام بترقية الصادرات غير النفطية، ولمواجهة هذه التحديات قامت الجزائر بعدة إجراءات وتخفيضات التي من شأنها النهوض بهذا القطاع وسنحاول في ما يلي توضيح بعض هذه الإجراءات والتدابير التي من شأنها العمل على المساعدة في ترقية الصادرات خارج المحروقات.

المطلب الاول : وضعية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات**الفرع الأول: التصدير الأجمالي للجزائر.**

ولدراسة وضعية الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات قمنا بالتطرق الى الجدول التالي :

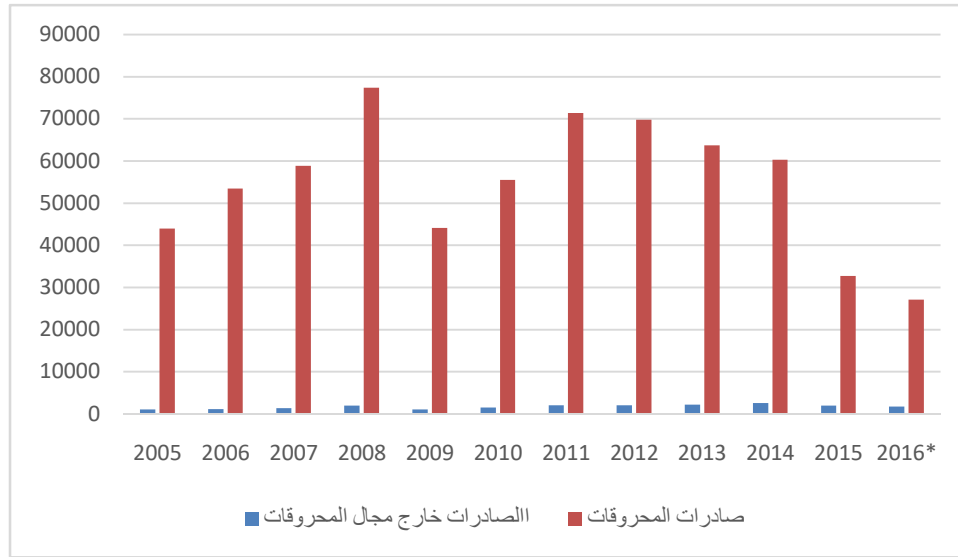
الجدول (1 - 1) : يبين تطور الصادرات الجزائرية للفترة (2005 - 2016)

القيمة : مليون دولار

السنوات	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	*2016
الصادرات خارج مجال المحروقات	1099	1158	1332	1937	1066	1526	2062	2062	2165	2582	1969	27102
صادرات المحروقات	43937	53456	58831	77361	44128	55527	71427	69804	63752	60304	32699	1781

المصدر : المركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

الشكل (2-2): رسم بياني يوضح تطور الصادرات الجزائرية للفترة (2005 – 2016)



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بالمركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

نلاحظ من خلال هذا الجدول المعبر عنه برسم بياني، أن هناك ارتفاع متزايد من سنة 2005 حيث كانت نسبة الصادرات خارج قطاع المحروقات 1099 مليون دولار لتصل سنة 2008 الى 1937 مليون دولار، ثم انخفضت سنة 2009 الى 1066 مليون دولار، وهذا الانخفاض راجع إلى الأزمة الاقتصادية العالمية، من ثم سرعان ما رجعت النسبة الى الارتفاع المتواصل من سنة 2010 حيث بلغت نسبة الصادرات خارج قطاع المحروقات 1526 مليون دولار الى غاية 2016 لتصل الى 27102 مليون دولار .

وهذا بخلاف صادرات المحروقات التي كانت سنة 2005 بقيمة 43937 مليون دولار، وشهدت ارتفاع الى سنة 2009 لتصل الى 44128 مليون دولار ، وهذا الانخفاض ناتج عن الأزمة العالمية، أي ان الأزمة مست قطاع الصادرات في الجزائر بصفة عامة ، لتنتعش من جديد سنة 2010 الى 55527 مليون دولار، ومن ثم شهد انخفاض مستمر الى غاية سنة 2016 ليصل الى 1781 مليون دولار .

ومما سبق ذكره في الجدول رقم (01) والذي يبين نسبة الصادرات الجزائرية بصفة عامة ، ومنه سوف

نتطرق الى الصادرات الجزائرية خارج قطاع المحروقات حسب النشاط كما يوضح في الجول التالي :

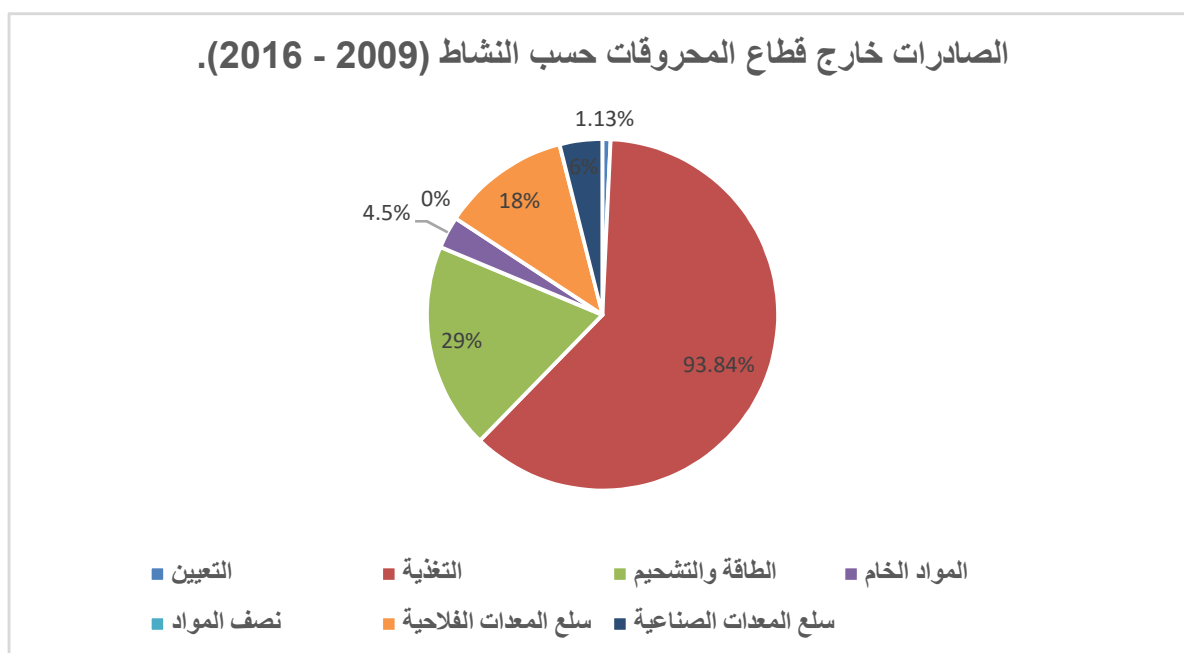
الجدول (1 - 2) : الصادرات خارج قطاع المحروقات حسب النشاط (2009 - 2016).

الوحدة : مليون دولار

النسبة (%)	2016*	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	التعيين
13.1	327	235	323	402	315	355	315	113	التغذية
84.93	27 102	32 699	60 304	62 960	69 804	71 427	55 527	44 128	الطاقة والتشحيم
29.0	84	106	109	109	168	161	94	170	المواد الخام
5.4	1 597	1 693	2 121	1 458	1 527	1 496	1 056	692	نصف المواد
-	-	1	2	-	1	-	1	-	سلع المعدات الفلاحية
18.0	53	19	16	28	32	35	30	42	سلع المعدات الصناعية
06.0	18	11	11	17	19	15	30	49	سلع الإستهلاك الغير غذائية
100	28 883	34 668	62 886	64 974	71 866	73 489	57 053	45 194	مجموع الصادرات

المصدر : المركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

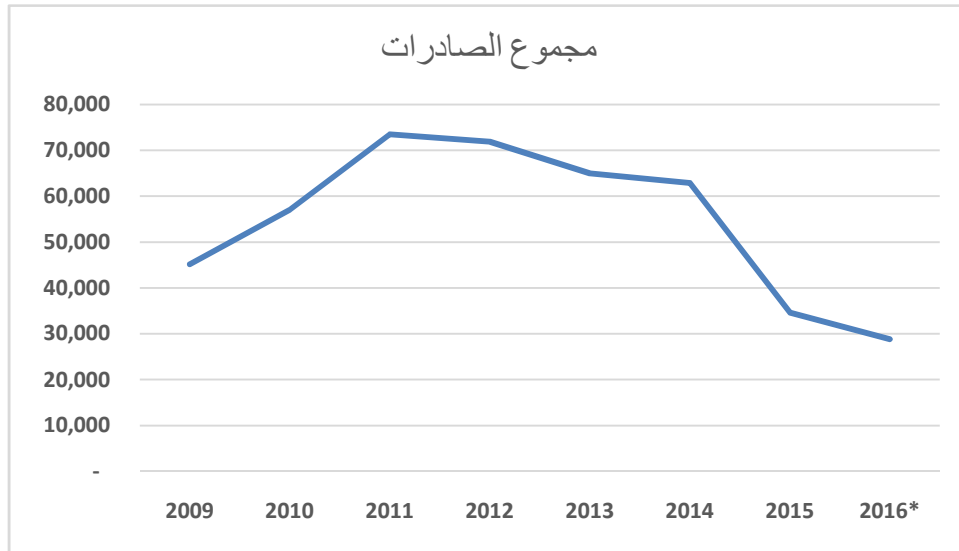
الشكل (2 - 3) دائرة نسبية توضح الصادرات خارج قطاع المحروقات حسب النشاط (2009 - 2016).



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بالمركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

- نلاحظ من خلال هذا الجدول ان مجموعة السلع التي يتم تصديرها خارج مجال المحروقات أساسا ما يلي:
- المنتجات النصف مصنعة التي تمثل حصة 4.5 % من الحجم الاجمالي للصادرات، أي ما يعادل 1.3 مليار دولار أمريكي.
 - السلع الغذائية بحصة 1.13 % ، أي ما يعادل 327 مليون دولار أمريكي.
 - المواد الخام بحصة 0.29 % بقيمة مطلقة تقدر ب 48 مليون دولار أمريكي.
 - سلع المعدات الصناعية والسلع الاستهلاكية غير الغذائية بحصص على التوالي ب 0.18 % و 0.06 %.

الشكل (2-4): يمثل حجم صادرات الجزائر خارج مجال المحروقات للفترة (2009-2016)



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بالمركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

نلاحظ من المنحنى البياني، لمجموع الصادرات خلال الفترة 2009 إلى 2016 تطور مستوى الصادرات حيث بلغ الذروة خلال سنة 2011 عند 489 73 مليون دولار، تلاها انخفاض محسوس في الصادرات خارج قطاع المحروقات، لتصل إلى 668,34 مليون دولار سنة 2015.

الفرع الثاني: دراسة تطور الصادرات التمور في الجزائر.

يعتبر قطاع التمور قطاعا مهما في الجزائر لما له من تأثيرات وانعكاسات غذائية واقتصادية نتيجة الاهتمام به ، وللفضل في هذا الكلام سوف نتطرق إلى عرض الإمكانيات المتاحة على مستوى قطاع التمور، وكذا لتطور الصادرات التمور بالكمية والقيمة وأهم الاسواق العالمية المستوردة للتمور الجزائرية .

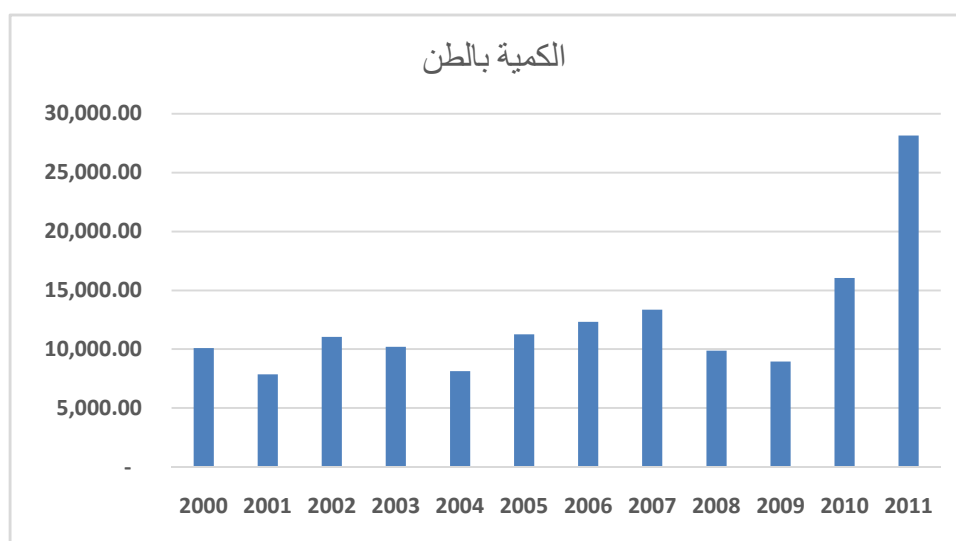
جدول (1 - 3) : تطور الصادرات الجزائرية حسب الكمية والقيمة من منتج التمور (2000 - 2011).

الوحدة : مليون دولار

السنوات	الكمية بالطن	القيمة بالمليون دولار
2000	10078.6	14.748
2001	7849.58	10.439
2002	11034.6	16.359
2003	10200.41	16.453
2004	8133.2	14.562
2005	11258.27	19.139
2006	12328.37	20.043
2007	13356.43	23.082
2008	9861.46	19.677
2009	8953.56	14.307
2010	16.037.3	22.617
2011	28143.15	25.374

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على إحصائيات محصل عليها المركز الوطني للمعلومات و إحصائيات الجمارك (CNIS)

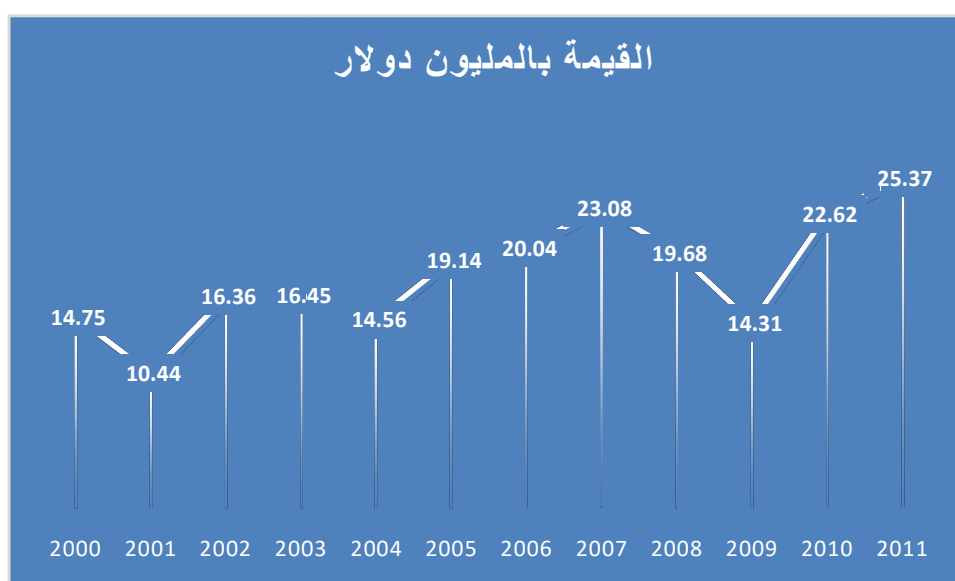
الشكل (2-5): يمثل تطور الصادرات الجزائرية حسب الكمية من منتج التمور (2000 - 2011)



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بالمركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

نلاحظ أن هناك نوعا من التذبذب في الكمية المصدرة من التمور في الفترة ما بين 2000 إلى 2009 حيث بلغت 10078.6 طن سنة 2000 لتصل إلى 11258.27 طن سنة 2005 ثم انخفضت إلى 8953.56 طن سنة 2009 ثم ترتفع لتصل إلى أقصاها سنة 2011 إلى 28143.15 طن ويرجع هذا التذبذب في التصدير إلى غياب إستراتيجية تسويقية فعالة وواضحة المعالم سواء من الدولة أو الخواص تكون من أهدافها ترقية صادرات التمور من خلال تدليل العقبات والعوائق التي ما تزال تعترض لتطوير قطاع تصدير التمور في الجزائر .

الشكل (2-6): يمثل تطور الصادرات الجزائرية حسب القيمة من منتج التمور (2000 – 2011)



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بالمركز الوطني للمعلومات الإحصائية و الجمركية (CNIS)

نلاحظ من خلال الرسم البياني إرتفاع مداخل صادرات التمور من 14.75 مليون دولار سنة 2000 إلى 25.37 مليون دولار 2011.

الجدول (1 - 4) : حصيلة صادرات التمور لولاية الوادي (2013 - 2017)

الكمية: (كلغ)

السنوات	المصدر	المنتوج	الكمية	الوجهة
2013	المصدر 1	تمور	66600	/
	المصدر 2	تمور	22680	/
2014	المصدر 1	تمور	611936	فرنسا، المغرب، روسيا، اذربيجان، كوت ديفوار، ليبيا، اليونان
	المصدر 2	تمور	49500	المغرب، قطر
	المصدر 3	تمور	7572	فرنسا
2015	المصدر 1	تمور	1094586	روسيا، دبي، اسبانيا، كوت ديفوار، موريتانيا، فرنسا، تركيا، أندونيسيا، سوريا
	المصدر 2	تمور	1089.9	المعرض الدولي بالو.م.أ، فرنسا
2016	المصدر 1	تمور	654859	الو.م.أ، دبي، روسيا، لبنان ، كوتفوار، سوريا، الطوغو، تركيا ، فرنسا، بريطانيا
	المصدر 2	تمور	3409	فرنسا، المعرض الدولي باسبانيا
2017 لغاية 30 سبتمبر	المصدر 1	تمور	809523	روسيا، دبي الهند، أندونيسيا، سوريا ، كوتفوار، موريتانيا، اليونان
	المصدر 2	تمور	54000	بريطانيا
	المصدر 3	تمور	48841	دبي، البحرين، معرض إيطاليا
	المصدر 4	تمور	48000	المغرب

المصدر : من اعداد الطلبة بناء على معلومات الصادرة من غرفة التجارة والصناعة سوف .

الفرع الثالث: صادرات الجزائر من وجهة نظر صندوق النقد العربي.

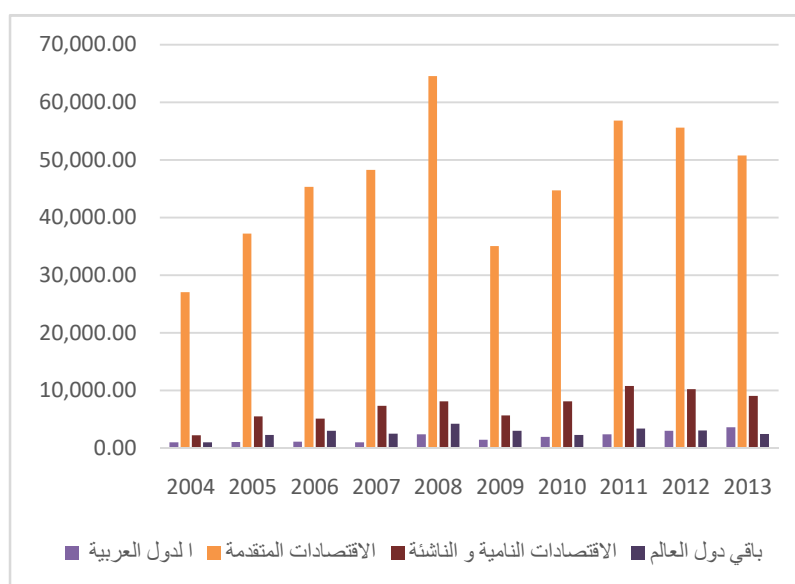
الجدول (1 - 5): يمثل صادرات الجزائر حسب احصاءات صندوق النقد العربي.

الوحدة: مليون دولار امريكي

السنة	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
الدول العربية	1,003.80	1,036.80	1,102.50	1,016.90	2,403.70	1,418.30	1,952.00	2,384.20	026.10,3	612.80,3
الاقتصادات المتقدمة	27,076.60	37,198.10	45,359.20	48,295.50	64,582.30	35,069.10	44,732.00	56,835.50	614.00,55	793.70,50
الاقتصادات النامية و الناشئة	2,209.80	5,512.90	5,100.00	7,347.80	8,091.40	5,680.70	8,098.20	10,803.10	199.00,10	065.20,9
باقي دول العالم	994	2,300.20	2,987.20	2,513.70	4,202.50	3,020.20	2,281.60	3,389.10	049.40,3	461.90,2

المصدر: نشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية - 2015

الشكل (2- 7): صادرات الجزائر حسب احصاءات صندوق النقد العربي. (2004 - 2013)



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بنشرة الإحصاءات الاقتصادية للدول العربية 2015

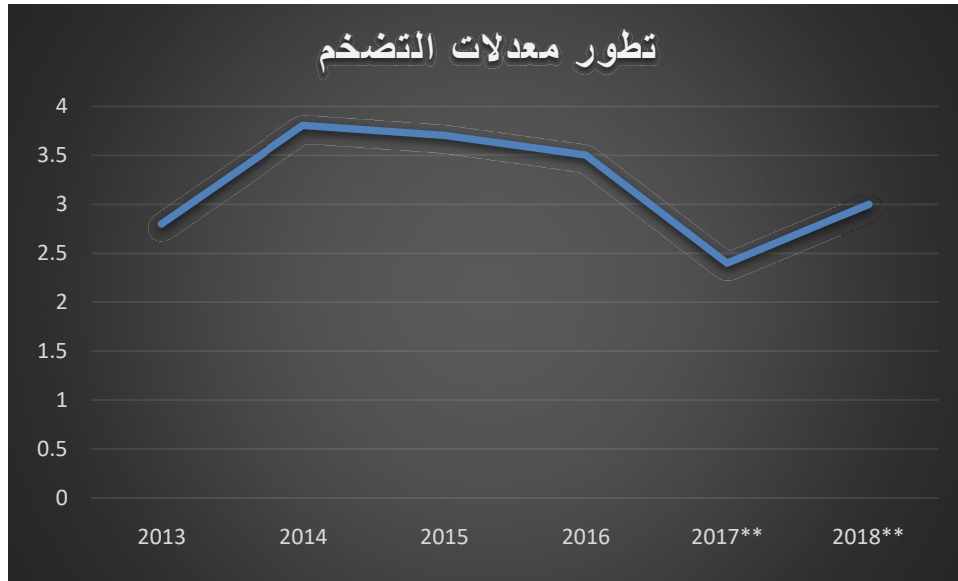
توضح احصائيات صندوق النقد العربي للصادرات السلعية للجزائر خارج قطاع المحروقات أن الدول المتقدمة تعتبر أهم شريك إقتصادي للجزائر متفوقة على الدول العربية و باقي الإقتصاديات في العالم. و هذا خلال الفترة الممتدة من سنة 2004 الى سنة 2013.

الجدول (1 - 6) اتجاهات النمو الاقتصادي

السنة	2013	2014	2015	2016	**2017	**2018
معدل التضخم	2.8	3.8	3.7	3.5	2.4	3

المصدر: تقرير آفاق الإقتصاد العربي - سبتمبر 2017-

الشكل (2-8): منحني بياني يوضح اتجاهات معدلات التضخم في الجزائر.



المصدر: من إعداد الطلبة استعانة بتقرير آفاق الإقتصاد العربي - سبتمبر 2017-

نشير توقعات صندوق النقد العربي إلى إرتفاع محسوس لمعدلات التضخم في الإقتصاد الجزائري قد تصل إلى غاية 3% سنة 2018 و هذا يرجع للظروف الإقتصادية الصعبة التي تمر بها البلاد.

المطلب الثاني: التسويق الدولي للتمور في الجزائر.

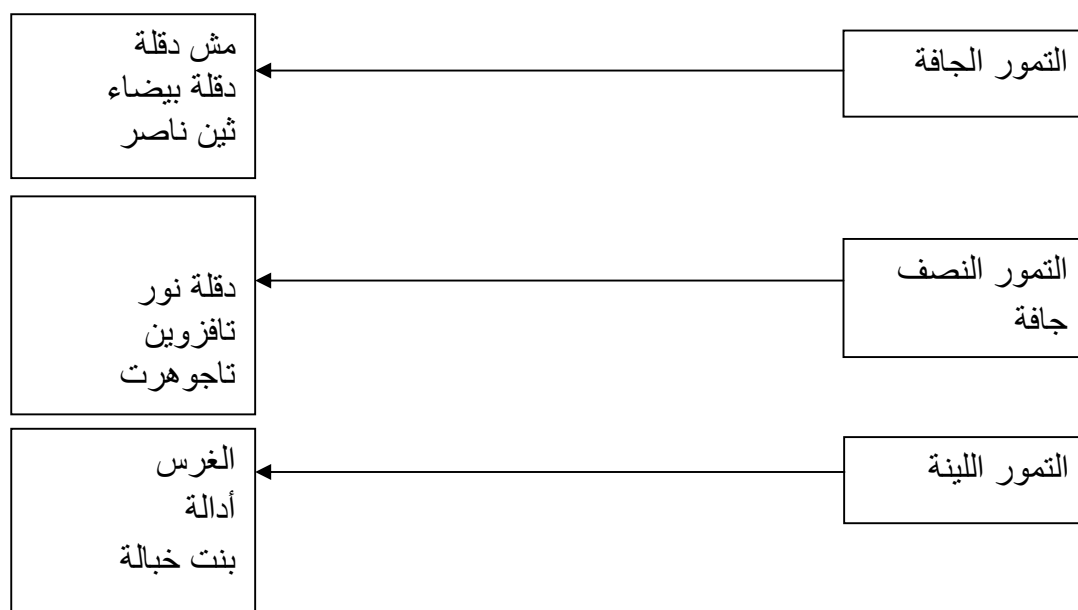
الفرع الأول: المقاييس المنظمة لدخول منتجات التمور إلى البلدان المستوردة¹

لتباين أهم المقاييس المعتمدة لتصدير التمور تم وضع قرار وزاري مشترك بين وزارة التجارة و وزارة الفلاحة بتاريخ 17 نوفمبر 1992 و المتعلق بعرض أو بتقديم التمور للتصدير، حيث يهدف هذا القرار إلى تحديد خصوصيات و شروط التغليف، وضع اللاصق، مناهج وضع مجموعة العينات والتحليل المطبقة على التمور المعدة للتصدير.

و أهم المقاييس الموضوعية حسب أحكام هذا المقرر الوزاري نجد ما يلي:

1 وزارة الفلاحة والتنمية الريفية بالتصرف .

الشكل (2-9): أنواع التمور المعدة للتصدير:



المصدر: آيت حترت نادبة، ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة دراسات تقنية في التجارة الدولية، كلية الحقوق والتجارة، جامعة بومرداس، ص 89.

إن أنواع التمور المعدة للتصدير هي مركبة حسب التسميات التالية:

– أصناف دقلة نور.

– أنواع التمور العادية.

و هذا حسب نص المادة 2 من المقرر الوزاري المشترك أعلاه.

❖ اصناف دقة نور

– نوع عرجون الكل مكون من السنابل و الأغصان أين تلتصق الفواكه بشكل طبيعي.

– نوع غصينات منفصلة من السنابل أين تلتصق الفواكه .

– نوع (نمطي) تظهر الفواكه بصفة منفصلة مصففة أو غير مرتبة.

– نوع (فريزة) فاكهة تقدم بعد أن تجفف

❖ أنواع التمور العادية

– نوع التمور (رخو) نموذج الغرس وتنفرويني وخميرة .

– نوع الجافة نموذج الدقلة البيضاء كنتيشي وليست دقلة .

1-2 مواصفات التمور المعدة للتصدير

التمور المعدة للتصدير و المعنية بأحكام هذا القرار الوزاري المشترك يجب أن تكون:

- ناضجة و تكون قد بلغت كل نموها الفيزيولوجي .

- لبي و لين .

- سليمة أو خالية من التعفن أو مثقبة من طرف الحشرات، العصافير، الطفيليات و خالية من الرائحة الغمولية، خالية من التخمر و خالية من الضرر أو من الآفة الهامة.

- نسبة سكر/ الرطوبة يجب أن تكون على الأقل مساوية ل (2) كما يجب أن لا تتعدى 30% من وزن الفاكهة .

كيفية تقديم التمور المعدة للتصدير

التمور المعدة للتصدير يجب أن يكون تقديمها كالآتي:

- الغصينات المقدمة منفصلة أم لا عن العنكل يجب أن تكون لها طول 10 سم ويحمل كحد أدنى 04 فواكه لعشرة سم من الطول.

- في حالة تقديم التمور في شكل قروط أو غصينات يجب أن يكون الوزن المسموح ب 50 % من التمور المنفصلة

- ماعدا التمور المنزوعة القروط تستطيع أن تقدم بالترتيب أو على شكل طبقات منسقة.

- ما عدا التمور. دقلة نور يسمح لها أن تقدم على شكل قروط.

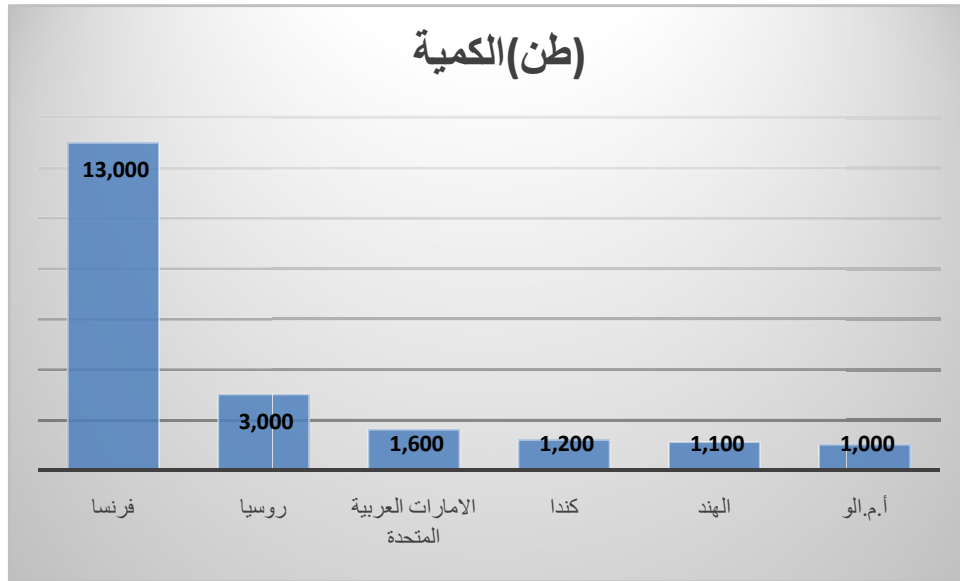
ومن ما سبق ذكره نتطرق الى أهم الأسواق الدولية المستوردة لتمور الجزائرية كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (1 - 7): يوضح أهم الدول المستوردة لتمور الجزائرية لسنة (2015) .

الدول	الكمية (طن)	السنة
فرنسا	13000	2015
روسيا	3000	2015
الامارات العربية المتحدة	1600	2015
كندا	1200	2015
الهند	1100	2015
الو.م.أ	1000	2015

المصدر : من اعداد الطلبة بناء على احصائيات وزارة الفلاحة والتنمية الريفية

الشكل (2-10): مخطط بالأعمدة يوضح أهم الدول المستوردة لتمور الجزائرية لسنة (2015)



المصدر: من اعداد الطلبة بناء على احصائيات وزارة الفلاحة والتنمية الريفية

إن حجم كميات التمور الموجهة للتصدير هي في تزايد مستمر ، حيث فاقت ما يقارب 21 ألف طن في سنة 2013 وأكثر من 28 ألف طن في 2015. و يلاحظ من خلال الرسم أن فرنسا تعتبر أهم مستورد للتمور الجزائرية عند 13000 طن مستوى تليها روسيا ب 3000 طن.

على الصعيد العالمي، وحسب إحصائيات المنظمة العالمية للتغذية (FAO) لسنة 2013 فإن الجزائر تصنف في المرتبة الرابعة من حيث إنتاج التمور وراء كل من مصر ، إيران ، المملكة العربية السعودية تنتج الجزائر حوالي نسبة 14% من الإنتاج العالمي للتمور وتصدر أقل من نسبة 3 % من إنتاجها بينما المعدل العالمي يتراوح في حدود 12 %:

المطلب الثالث: العراقيل التي تواجه عملية تسويق التمور في الجزائر و أهم الحلول الممكنة.

نتطرق إلى أهم المشاكل التي تواجه تسويق التمور الجزائرية مع إعطاء بعض الحلول الممكنة للتقليل من هذه المشاكل المتمثلة في ما يلي:

1 . العراقيل التي تواجه عملية تصدير التمور في الجزائر

هناك مشاكل عديدة تواجه تسويق التمور الجزائرية يمكن حصرها في الأتي:

1-1 صعوبات إنتاجية

تواجه زراعة النخيل و إنتاج التمور العديد من المشكلات أو المعوقات الإنتاجية، و التي كان لها أثرها البالغ في تدهور هذه الثروة الهامة في الزراعة الجزائرية و يمكن حصر تلك المعوقات في:

❖ المشاكل الفلاحية: و تتمثل في:

- هيكلة عمر النخيل: هناك حوالي 43.2% من ثروة النخيل مسنة لأي تجاوزت العمر المحدد للإنتاج، وهذا نتيجة لعدم تجديد غرس النخيل خلال الفترة الممتدة بين (1960-1980)¹.
- أغلب مزارع النخيل تم غرسها وفقا لطريقة التقليدية مع عدم مراعاة المصافات بين الأشجار الأمر الذي يعيق إدخال الآلات (المكائن) في إجراء العمليات الزراعية كالتلقيح و الجني و التقليم و التي تعد ضرورية نظرا لقلة الأيدي العاملة.
- ضعف المعرفة التقنية عند المزارعين التقليديين لا تمكنهم من إتقان كل الأعمال التي تنفذ داخل، أو خارج المزرعة، و مع المعرفة التقنية الحالية الضيقة فإنه من الصعب على المزارع التقليدي أن يحقق مستوى الإنتاجية التي يسمح له بالمساهمة الفعالة في اقتصاد السوق.
- أغلبية الفلاحين الجزائريين ذوي دخل محدود حيث أنهم لا يفكرون في تصدير التمور إلى البلدان خارج الجزائر بل يفضلون تسويقها داخل البلاد فقط.

1-2 صعوبات (معوقات) التسويق:

- يعاني تسويق التمور الجزائري عدة صعوبات نذكر منها:
- نقص أجهزة تبريد التمور خامسة على مستوى الموانئ.
- انخفاض كفاءة أجهزة التسويق الخارجية خاصة من حيث الدعاية و الإشهار مما يساهم في خفض الطلب الخارجي على التمور.
- مشكلة التغليف: عدم توفر أغلفة مناسبة لتصدير التمور، و هذا ما جعل الجزائر تقوم باستيراد هذه الأغلفة.
- احتكار الدولة لتجارة و تسويق التمور سواء كانت هذه التجارة خارج أو داخل الجزائر.
- أغلبية المصدرين ليست لهم إستراتيجية معينة للتصدير، فهم يصدرون بطريقة عشوائية، هدفهم الوحيد هو الحصول على الربح فقط.

2- الحلول الممكنة لمواجهة عراقيل التسويق :

لمواجهة الصعوبات المعرلة لعملية تسويق التمور لابد من معالجة المعوقات السابقة كالآتي:

1 آيت حنريث نادية , ترقية الصادرات خارج المحروقات في الجزائر , مرجع سبق ذكره , ص 106 .

2-1 الشراء أو الإنتاج :

إن معالجة مشكلة الشراء أو الإنتاج لا تتحقق إلا بعد حصول تنظيم لسوق التمور تتوفر فيه كل المقاييس أو الشروط لكي يكتسب سمعة على المستوى الوطني و الدولي .

حتى يتم العمل على زيادة الأنواع الجيدة و المطلوبة من التمور في الأسواق الخارجية عن طريق تشجيع الاستثمارات الصغيرة و تقديم الإعانات من طرف الدولة للمنتجين ، وهذا يمكن من المحافظة على سمعة التمور الجزائرية المكتسبة عبر السنين من جهة، و من جهة أخرى عدم إفساح المجال أمام الزبون الأجنبي لإلغاء العقد مع المصدر الجزائري لكي لا يغتنم الفرصة مصدرون من غير الجزائريين أو المنافسين منتجاؤهم من التمور على حساب المنتج الجزائري من التمر .

2-2 الفرز و المعالجة:

إن حل إشكالية فرز التمور، يتطلب من المصدرين أنفسهم تنظيم حملات إشرارية بالوسائل المحلية قبل موسم جني التمور، لكي يتسنى لهم الحصول على اليد العاملة النسوية المطلوبة في عملية الفرز.

أما مرحلة معالجة التمور فهي عملية تنظيمية، حيث يمكن للمصدرين المساهمة جماعيا في شراء عدة وحدات لمعالجة التمور، و يتم تحويلها من طرف الجميع حسب سلم زمني متفق عليه.

2-3 التغليف:

لا يمكن معالجة مشكل تغليف التمور في الجزائر إلا بإرساء قواعد لهذه الصناعة الهامة جدا و التي تعتبر عماد اقتصاد السوق، و يقترح بعض المسوقين للتمر إقامة لمثل هذه الصناعة، و ذلك من أجل توفير الأغلبية المناسبة لمنتجات التمور عوض استيرادها، و في ذلك خفض لنفقاتهم من جهة و تعميم لتجربتهم في صناعة أنواع الأغلفة لغير التمور من جهة أخرى.

2-4 الإجراءات الجمركية :

لتفادي شكاوي المصدرين الخواص عامة و مصدري التمور خاصة من تباطؤ الإجراءات الجمركية، فإن تنظيم فرق جمركية متنقلة أثناء موسم جني التمور لتقوم بالجمركة في عين المكان هي من الاقتراحات الأساسية التي يطالب بها المصدرين و في هذه العملية ربح الوقت و عدم إفساد التمور المعدة للتصدير.

2-5 النقل:

التصدير الجيد يتوقف على النقل الجيد، و هذا الأخير لا يكون كذلك إلا إذا أحترم في الوقت و تجندت له كل الوسائل المتاحة من بواخر إذا كان النقل بحريا و طائرات إذا كان النقل جويا، فعملية تصدير التمور في النهاية في مصلحة و منفعة البلاد بكاملها، لأنها تعمل على جلب العملة الصعبة، و هذه الغاية في حد

ذاتها كفيلة بأن تجند لها كل الوسائل و تحترم فيها كل المواعيد .

2-6 الدفع :

يوجد مفهوم في الاقتصاد يطلق عليه الحوافز ، و بالنسبة لمصدري التمور فإن حوافزهم هي عملية استرجاع عوائد صادراتهم في بنوكهم المحلية، خلال مدة تقل عن 6 أشهر بكثير، وهذا يعمل على تشجيعهم في المواسم القادمة من جهة، و زيادة و توسيع نشاطهم الإنتاجي من جهة ثانية.

3 (حلول أخرى

– الاهتمام بإقامة مراكز بحوث تهتم بمجال التمور عامة و تسويقها بصفة خاصة، وهذا لتطوير الصادرات والقدرة على منافسة المصدرين الدوليين و العرب خاصة بالعراق مثلا و تونس .

– اهتمام الدولة بوضع إستراتيجية تصدير خاصة لعدمي الخبرة في مجال التصدير. لأن أغلبية المصدرين الجزائريين هم فلاحين بسطاء.

– تطوير فكرة التسويق الدولي في نظر الفلاح الجزائري و خاصة تصدير التمور لأن أغليبيتهم يفضلون تسويقها في الداخل على تصديرها و هذا للربح السريع.

– روح الابتكار فلا يمكن لنا أن نسوق التمور على شكل مواد خام، يدخل في صناعة الكثير من الحلويات والمأكولات، كما يمكن صناعة أعلاف، للمواشي بواسطة نواة الثمرة (التمور) كما يفعل العراقيون.

لأن اقتصاد السوق ليس البيع في السوق الخارجية و الحصول على العمليات الأجنبية فقط، بل يتطلب على المتعاملين أو المصدرين المبادرة الحرة و روح الابتكار.

خلاصة الفصل:

في إطار ترقية التجارة الخارجية أنشأت الدولة الجزائرية بعض الهيئات الترقية من بينها الوكالة الوطنية لترقية الصادرات ALGEX والتي تسعى الى مسايرة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة وذلك بخلق سياسة اتصال ناجحة بإنشاء علاقات مع مؤسسات اجنبية لها من الخبرة ما يكفي لاستفادة الوكالة منها وتكثيف استعمال التكنولوجيا الحديثة والمساعدة على ربح الوقت وتحقيق الدقة في العمل.

اضافة الى زيادة في نشر المجالات والدوريات الاقتصادية والوطنية المتبعة الى جانب ضرورة تحسين خدمات التي تقدمها الوكالة للسعي الى تحصيل المعلومات المتعلقة بالتصدير والأسواق والمنتوج وغيرها من العوامل الحيوية للتجارة الخارجية في الوقت المناسب لإفادة المصدرين بها من اجل عملية تصدير ناجحة.

الخاتمة العامة :

في إطار ترقية التجارة الخارجية انشأت الدولة الجزائرية بعض الهيئات الترقية من بينها الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية ، ALGEX والتي تسعى الى مسايرة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة وذلك بخلق سياسة اتصال ناجحة بانشاء علاقات مع مؤسسات اجنبية لها من الخبرة ما يكفي للاستفادة الوكالة منها لتكثيف استعمال تكنولوجيا الحديثة المساعدة على ربح الوقت وتحقيق الدقة في العمل.

اضافة الى نشر المجالات والدوريات الاقتصادية الوطنية ، فالوكالة تقوم بتحضير لمختلف المعارف والمشاركة فيها بتوجيه المصدرين ومرافقتهم خلالها ، كما انها تمثل ايام دراسية ، وورشات وندوات سعيا منها لتحسيس المنتجين باهمية التصدير وتحسين جودة المنتج المعد للتصدير .

والهدف من وراء تقديم الوكالة الوطنية لترقية التجارة الخارجية لكل هذه الخدمات هو تحقيق عمليات تصدير ناجحة تمكن المنتج الجزائري من المنافسة في الأسواق الخارجية .

النتائج والفرضيات :

من خلال هذا البحث الذي قمنا به في هذا المجال توصلنا الى النتائج التالية :

- ✓ أن ترقية الصادرات خارج المحروقات ضرورة حتمية لتنمية قطاع التجارة الخارجية خاصة والنهوض بالاقتصاد الجزائري عامة وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.
- ✓ اتخذت السلطات العمومية عدة اجراءات وتدابير محفزة في مختلف الميادين والمجالات وتهدف من خلالها الى تنمية وتنويع الصادرات خارج المحروقات (تنويع المنتوجات ،الوجهات ،تطوير القطاع الخاص). وهو ما ياكّد صحة الفرضية الثانية .
- ✓ تسجيل قطاع الصادرات خارج المحروقات لنتائج ضعيفة على صعيد المبادلات التجارية الخارجية وذلك لعدم تطبيق الإجراءات المقررة من طرف السلطات العمومية على أرض الميدان واقتصار على عقد الندوات وإمضاء المراسيم والقرارات دون أي تطبيق لتبقى حبرا على الورق وحبيسة لأدراج المكاتب

- أن بعث شيء من الحيوية على هذا القطاع أمر مفروض وحتمية لا نفر منها تملّوها علينا عدة معطيات على الساحة الدولية والوطنية وذلك نكون أمام خيار صعب نظرا لتأخر الكبير الذي تعرفه مؤسساتنا الإنتاجية. إضافة إلى المحيط الاقتصادي الذي لا يشجع على الإطلاق المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين على خوض تجربة التصدير وذلك بوجود نظام بنكي تقليدي وبيروقراطية متفشية على جميع الأصعدة رغم وجود محاولات للقضاء أو بالاحراء التخفيف من وطأتها ومن خلال الفرضيتان الأخيرتان نؤكد صحة الفرضية الثالثة .

توصيات البحث :

على ضوء ما سبق ذكره نورد بعض التوصيات والاقتراحات المتمثلة فيما يلي:

- ضرورة اهتمام المؤسسات لتطوير مستوى تنظيمها وتسييرها وأدارتها وتاطير موظفيها هذا من جهة والحرص الشديد على تحسين جودة ونوعية منتجاتها بمنحها مواصفات عالمية لتكون أكثر قابلية للمنافسة في الأسواق الدولية من جهة أخرى.
- تعزيز حضور المؤسسات في الخارج عن طريق التمثيليات التجارية الدبلوماسية .
- ضرورة توفير المناخ الملائم للمصدرين الجزائريين لخلق إطار قانوني وتشريع أكثر تشجيع ونظام جمركي أكثر مرونة وكذا تكثيف الدعم المالي لمساعدة المصدرين خصوصا على تحمل تكاليف النقل الكبيرة خاصة في مسافات الطويلة التي تتطلب التجهيز الملائم (التبريد والحفظ والتكليف).
- الحد من التبعية لقطاع المحروقات والاعتماد على الصادرات خارج المحروقات لجلب العملة الصعبة ويتوجب على الجزائر على أن تخطوا خطوات أكثر جرأة وذلك بالانتماء إلى حظيرة الدول المصنعة الجديدة (Nouveau pays industrialises).

وهذا ما يلح على وجوب القيام بإعادة هيكلة البنية الأساسية لقطاع التجارة الخارجية على المستويين الداخلي والخارجي وإعادة النظر في القوانين المنظمة للسوق التصديرية للتعرف على معالم الصورة الحقيقية للصادرات الجزائرية ووضع الحلول الجذرية للمعوقات حتى يمكننا من مواكبة المتغيرات العالمية في مجال التجارة باستخدام آليات جديدة سواء كانت تجارة إلكترونية تعتمد في

الأساس على بنية معلوماتية قوية أو من خلال تنظيمات قادرة على التعامل مع المتغيرات الدولية والتواجد في الأسواق بالشكل الصحيح.

افاق الدراسة :

يمكننا اقتراح بعض المواضيع التي تكون فيها أفاق مستقبلية لها صلة ببحثنا :

- وضع الصادرات خارج المحروقات الجزائرية في ظل الشراكة الأوروبيةمتوسطة .
- وضع الصادرات خارج المحروقات الجزائرية في حال انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة.
- اقتصاد السوق وتأثيراته على الصادرات خارج المحروقات .

وبهذا نكون قد اختتمنا هذا البحث المتواضع ونرجو أن نكون قد وفقنا ولوا بقدر قليل من أظهار واقع التصدير خارج المحروقات في الجزائر . ونسأل الله عز وجل الرشاد لنا ولكل من استعملنا ببحثنا هذا كمرجع لدراسته ومسك الختام الصلاة على سيد الأنام مُحَمَّد عليه أفضل الصلاة والسلام .